

## **FICHA TÉCNICA**

**TÍTULO** : Ires y venires en la adecuación de locaciones para una nueva empresa.

**ESPECIALIZACIÓN** : Especialización en Mercadeo

**PROMOCIÓN** : XXX

**PALABRAS CLAVES:** Adecuaciones, permisos, legal, ventas

**TEMAS CUBIERTOS** : Marketing, publicidad, Emprendimiento

### **RESUMEN DEL CASO**

En el caso se plantearán las diferentes situaciones que se presentaron al momento de apertura y adecuación de un local comercial que hace parte de una unidad residencial y que como tal debe acatar las normas y leyes de la propiedad horizontal que rigen a las unidades residenciales. Adicionalmente se plantean situaciones vividas con temas de publicidad, diseño de material POP, entre otros.

**NOMBRE REAL DE LA EMPRESA:** **BIGPOLLO FUSIÓN**

**CONTACTO EMPRESA** : **DIANA MARCELA JARAMILLO YEPEZ**

<b>AUTORES</b>	<b>TELEFONO</b>	<b>E-MAIL</b>
Diana Marcela Jaramillo Yepez	3002951139	dimarjaramillo@gmail.com

## **IRES Y VENIRES EN LA ADECUACIÓN DE LOCACIONES PARA UNA NUEVA EMPRESA.<sup>1</sup>**

Yo Diana Marcela Jaramillo Yepez, Emprendedora por naturaleza, estudiante de Especialización en Mercadeo de la Universidad Autónoma de Occidente les voy a contar una situación bien particular y sobre todo de cómo una idea de negocio se puede hacer realidad trabajando en equipo, con dedicación, esfuerzo y mucho amor...

Quiénes somos nosotros (Socios en la empresa): Yolanda Montes Guzmán es una Administradora de Empresas y Especialista en Mercadeo de la Universidad Santiago de Cali, tiene 52 años de edad y por cosas de la vida decide dejar de ser empleada para convertirse en empresaria; es una mujer trabajadora, seria, responsable y ágil con las cuentas, de gran inteligencia lógica; Julián Montes Guzmán es un joven Ingeniero de Sistemas de la Universidad del Valle, especialista en Negocios Internacionales de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, tiene 32 años de edad y en la mayor parte de su vida laboral ha sido independiente por tradición familiar; es activo, dinámico, emprendedor, responsable y serio al momento de tomar una decisión, con una valiosa inteligencia verbal; Diana Marcela Jaramillo Yepez es una joven de 26 años de edad, Administradora de Empresas de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium y Estudiante de Especialización en Mercadeo de La Universidad Autónoma de Occidente; es una joven emprendedora y multidisciplinar pues en

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por DIANA MARCELA JARAMILLO YEPEZ para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente.  
**Tutor: Lic. Sory Carola Torres Quintero.** Santiago de Cali – Colombia. 14 de Marzo de 2014

### **Especialización en Mercadeo**

su experiencia laboral se ha desempeñado en áreas comerciales, administrativas y jurídicas, es decidida, trabajadora, responsable y de una alta inteligencia interpersonal. A continuación encontrarán la explicación de cómo se inicia un proyecto, sus ires y venires y todo lo que puede ocurrir a raíz de una idea de emprendimiento.

Inicialmente no sabíamos qué hacer o cómo estructurar algo que ya estaba en nuestras mentes (Julián y yo), pero teníamos claro que queríamos algo con nuestro estilo y económicamente hablando pensábamos que el negocio de las comidas sería una excelente opción:

*“Ahora así es como inicia todo”...*

BigPollo Fusión nace para ser un restaurante experto en preparaciones del pollo que busca combinar en sus recetas diferentes estilos culinarios, así como la mezcla de diferentes condimentos y especias; Destacándose por usar ingredientes naturales, productos y pollo 100% colombiano, con el objetivo de ofrecer una experiencia diferente a los clientes, expresada desde la preparación de sus platos hasta encontrar la satisfacción de sus clientes con un concepto e imagen innovadora al momento de su creación.

Tratando de éste modo de satisfacer o ser congruentes con nuestra imagen y concepto en forma general, además de cumplir con nuestra promesa hacia los clientes, buscamos un lugar estratégicamente ubicado en el sur de Cali, donde pudiéramos plasmar cada una de nuestras ideas.

Después de mucho tiempo buscar, como socios de BigPollo Fusión encontramos lo que necesitábamos y decidimos arrancar.

## **Especialización en Mercadeo**

Los socios como se expuso anteriormente somos tres (Yolanda Montes Guzmán, Julián Montes Guzmán y Diana Marcela Jaramillo Yopez), inicialmente con un convenio de sociedad para la primera sucursal en porcentajes de participación (40%, 30% y 30%) respectivamente y de la segunda sucursal en adelante la participación cambiaría a ser distribuida por partes iguales de 33.33%.

Debido a esto y a nuestras proyecciones decidimos hacerle modificaciones al local que habíamos encontrado para ubicar nuestra empresa. Inicialmente, planteamos las modificaciones de acuerdo a las necesidades básicas que se requerían para el restaurante (Instalación de gas natural con la empresa gases de occidente, adecuación de piso, techo, zona de cocina –con todos los elementos en acero inoxidable tal como exige la ley, adecuación de mueble en zona alta del baño para bodega y mueble para guardar elementos de aseo, adecuación de espacio exterior con lámparas, cadenas y enchape de piso).

Una de las modificaciones en cuestión fue la que nos llevó a una situación bastante especial con diferentes personas que de algún modo se veían implicadas; El local al estar ubicado en una unidad residencial se rige a las normas de propiedad horizontal y teníamos que comentarle sobre las modificaciones por supuesto al dueño del local, al consejo de administración, a la administradora y contactar a una empresa consultora civil; además hubo vecinos que se vieron “afectados” por nuestra modificación y quisieron crear polémica.

### **Especialización en Mercadeo**

La modificación que pensábamos realizar era la adecuación de una ventana donde había sólo pared; aprovechando de éste modo la ubicación ya que ésto nos daría mayor visibilidad sobre una calle principal, además de ventilación. En un principio habíamos pensado en hacer una ventana desde el piso hasta la misma altura de la entrada del local, pero debido a las necesidades de los instrumentos de trabajo la ventana se proyectó junto al ingeniero civil para ser desarrollada con las medidas de 2.45cm x 1.45cm y a una altura del suelo de 95cm.

Una vez hecho el estudio con el ingeniero civil le informamos inicialmente al dueño del local quien accedió a nuestra petición de modificación del local siempre y cuando una vez lo entregáramos debíamos dejarlo en su estado inicial, situación a la que accedimos sin ningún problema (*nuestro pensar es a futuro comprar el local*)...

*“Señor Antonio Correa (Representante dueña local): Muy buenas tardes don Julián y doña Diana ¿cómo han estado?*

*Socios BigPollo Fusión Diana y Julián: Muy bien don Antonio, cuéntenos por favor que piensa sobre nuestra propuesta...*

*Señor Antonio Correa (Representante dueña local): considero que no hay ningún inconveniente en la apertura de una ventana lateral, para permitir el flujo de aire y ampliar la vitrina visual de su negocio, sin embargo considero que es pertinente realizar una reunión con la administración del conjunto y si se llegase a requerir también con el Consejo de Administración.*

## **Especialización en Mercadeo**

*Socios BigPollo Diana: hablando en nombre de mis socios y en nombre propio solicitaré de inmediato con la señora Administradora una reunión para comentarle formalmente la modificación que realizaremos.*

*Señor Antonio Correa (Representante dueña local): Perfecto, cualquier inquietud o situación adicional que se presente por favor no duden en comunicarse conmigo*

*Socios BigPollo Fusión Julián: Listo don Antonio, Así quedamos”*

Seguido de éste paso, hablamos con la administradora, la señora Clara Eugenia Montoya para comentarle lo que íbamos a hacer, situación la que también accedió sin ningún problema.

*“Socios BigPollo Fusión Diana: Doña Clara muy buenos días! ¿Cómo se encuentra usted el día de hoy?*

*Administradora Clara Eugenia Montoya: Diana muy bien gracias a Dios y usted?*

*Socios BigPollo Fusión Diana: Muy bien también doña Clara, quiero aprovechar que nos encontramos para informarle como hemos ido avanzando en la adecuaciones del local y lo que queremos hacer*

*Administradora Clara Eugenia Montoya: Claro que sí! Cuénteme*

*Socios BigPollo Fusión Diana: Pues doña Clara, la verdad nos ha ido muy bien, las adecuaciones que hemos realizado, hasta el momento han salido perfectas sin ningún contratiempo pero quisiera informarle sobre una modificación que ya fue planteada y aprobada por los dueños del local.<sup>2</sup>*

*Administradora Clara Eugenia Montoya: Continúe por favor...*

*Socios BigPollo Fusión Diana: Queremos hacer una ventana donde está la pared lateral del local por dos motivos importantes, primero, necesitamos darle ventilación al local ya que tendremos instrumentos de cocina, tanto asador como freidora que emiten bastante calor, segundo y también de gran importancia para nuestro negocio sobre todo enfocado en la parte de publicidad, le queremos dar mayor visibilidad aprovechando que está ubicado sobre una calle principal...*

*La ventana, según estudio que hicimos con un ingeniero civil quedaría a una altura del suelo de 95 cm y con medidas de 2.45cm x 1.45cm.*

*Administradora Clara Eugenia Montoya: Mire Diana, yo no tengo ningún problema siempre y cuando, como usted me dice los dueños del local hayan aceptado, pero sugiero y yo me encargaría de eso, que realicemos una reunión con el consejo de administración para que socialicemos la situación y todos queden al tanto de lo que está ocurriendo... Le parece?*

---

<sup>2</sup> Anexo1: Imágenes avance en adecuaciones del local.

### **Especialización en Mercadeo**

*Socios BigPollo Fusión Diana: Si doña Clara, me parece bien entonces quedamos a la espera de la reunión, usted nos informará que día y a qué hora y en qué lugar nos vemos.*

*Administradora Clara Eugenia Montoya: Nos reuniríamos en el quiosco de la unidad y le estaré confirmando la hora y el día.*

*Socios BigPollo Fusión Diana: Listo doña Clara, así quedamos... Gracias!"*

Después de ésta conversación, se programó una reunión inicial donde sólo estuvimos los socios del restaurante y los miembros del consejo de administración de la unidad; la reunión se realizó efectivamente donde la señora Administradora había indicado, en el quiosco de la unidad residencial, que tiene en el segundo piso un espacio tipo salón, dicho espacio es bastante ventilado pues tiene solo techo sin ventanales ni puertas; cuando llegamos, nos tenían listas unas sillas rimax blancas para sentarnos y dar inicio a la reunión; en la misma se le explicó a los asistentes nuestro proyecto, ventana lateral e incluida la adecuación de una zona como plazoleta de comidas para ubicar mesas; Inicialmente el ambiente estaba un poco tenso, pues ninguno de los integrantes del consejo consideraban prudente hacer la apertura de una ventana o que utilizáramos zona de "parqueadero" para ubicación de mesas para atención a clientes. Una vez explicamos de forma clara nuestra proyección en estructuración, diseño y estilo el ambiente cambió y empezaron a ser más receptivos todos e incluso a darnos ideas de cómo hacer algo que llamara la



### **Especialización en Mercadeo**

atención. Al percibir éste entusiasmo por parte de los integrantes del consejo, decidimos explicarles más sobre nuestro proyecto, imagen y concepto<sup>3</sup>.

Tanto así que sobre la zona de ubicación de mesas la Presidenta del Consejo nos sugirió organizarlo de tal forma que se viera estético y que por lo menos lo pavimentáramos; a tal sugerencia le explicamos que más que pavimentarlo o rellenarlo con cemento íbamos a organizarlo con baldosa para exteriores, cerramiento con lámparas de piso y cadenas removibles para que visualmente se viera mucho mejor.

En este caso todas nuestras iniciativas fueron aprobadas, y el proyecto siguió en marcha sin ningún contratiempo.

*“María Fernanda Sánchez (presidenta del consejo de administración):  
Muy buenas noches señores, Bienvenidos! Mucho gusto, mi nombre es  
María Fernanda Sánchez soy la presidenta del consejo de administración  
de la unidad, por favor demos inicio de una vez a la presente reunión;  
cuéntenos que es lo que van a hacer ustedes en el local 1 de nuestra  
unidad...”*

*Socios BigPollo Fusión Julián: Muy buenas noches a todos, de antemano  
queremos agradecerles por aceptar reunirse con nosotros tan  
prontamente, y les informamos lo que queremos hacer en el local; primero  
vamos a hacer la apertura de una ventana con las siguientes medidas de  
2.45cm x 1.45cm y a una altura del suelo de 95cm como supongo la  
señora Clara Eugenia ya les tuvo que haber comentado días atrás, la*

---

<sup>3</sup> Anexo2: brechas BigPollo Fusión .ppt

### **Especialización en Mercadeo**

*apertura de la ventana ya fue estudiada por un ingeniero civil y no afectará en nada los cimientos del local.*

*Socios BigPollo Fusión Diana: Adicional a ésta modificación que Julián les está comentando, también vamos a ubicar una zona frente al local como espacio de atención al público, claro está si ustedes nos lo permiten, donde nivelaremos el piso y haremos de nuestro espacio algo mucho más agradable y llamativo para los futuros clientes que tengamos.*

*María Fernanda Sánchez (presidenta del consejo de administración): y ¿cómo piensan hacer eso? ¿Qué es lo que quieren hacer?*

*Socios BigPollo Fusión Diana: Bueno doña María Fernanda, lo que queremos es optimizar el espacio adecuando una zona donde podamos ubicar aproximadamente 4 mesas con sillas para la atención de nuestros clientes; en ese espacio, vamos a ubicar unas lámparas de piso que irán empotradas al cemento para evitar robos o cualquier otro tipo de contratiempo.*

*María Fernanda Sánchez (presidenta del consejo de administración): Me parece perfecto pero yo les sugeriría pavimentarlo para que les quede mejor organizado, de una vez aprovecho y les comento que el espacio que ustedes van a utilizar realmente no es parqueadero –Para lo que desde hace mucho tiempo ha sido utilizado, por el contrario esa zona es un espacio de esparcimiento, de zona verde para nosotros como residentes de la unidad y para uso de ustedes como comerciantes para mesas y demás.*

### **Especialización en Mercadeo**

*Socios BigPollo Fusión Julián: Me parece excelente lo que usted nos comenta pues eso nos da la certeza que estamos haciendo las cosas como deben ser y lo más importante con la aprobación de ustedes.*

*Administradora Clara Eugenia Montoya: No siendo más, agradezco la participación activa de los miembros de la asamblea en la presente reunión y a los nuevos arrendatarios del local 1. Espero que inicien obras pronto y podamos degustar lo que ustedes van a ofrecer*

*Socios BigPollo Fusión Julián: Por supuesto doña Clara, mañana mismo iniciaremos oficialmente obras, para poder hacer apertura de nuestro local lo más pronto posible y no se preocupen que se que les va a encantar.”*

Cuando empezamos oficialmente obra el dueño de nuestro local vecino formó “sindicato” y se fue a hablar con la administradora y con el consejo de administración; primero diciendo que nuestro tipo de negocio (restaurante asadero) no estaba permitido dentro de la zona comercial y que mucho menos estaba permitido hacer modificaciones de ningún tipo.

Debido a ésta situación y lluvia de inconformidades por parte del vecino, nos citaron a todos los propietarios y arrendatarios de los diferentes locales para reunirnos con el consejo de administración de la unidad residencial y así aclarar dudas.

Se llegó el día de la reunión donde sólo asistieron tres propietarios de los nueve en total (uno de los sindicalistas, otra que los apoyaba y el dueño de nuestro local) y escuchábamos de forma repetitiva como el vecino en cuestión insistía en

### **Especialización en Mercadeo**

que nuestro establecimiento de comercio, no estaba permitido dentro de la zona además que las modificaciones que habíamos hecho, pavimentación de zona para mesas y ventana en pared no se podían hacer “y que sí nosotros habíamos hecho eso, él podía hacer modificaciones a su local como él quisiera y que iba a hacer una puerta en la parte de atrás de su local para tener otra entrada”; Ante todas estas inquietudes e inconvenientes, la presidenta el consejo respondió que nosotros habíamos solicitado permiso para hacer las adecuaciones que se estaban realizando en el local y que teníamos la plena autorización por parte del consejo para seguir en marcha con nuestra labor.<sup>4</sup>

*“Administradora Clara Eugenia Montoya: Muy buenas noches a todos, señores miembros de la junta, propietarios y arrendatarios, hoy nuevamente estamos reunidos con los arrendatarios del local número uno y los dueños de los locales dos, ocho y nueve ya que tanto local 2 y local 9 tienen diferencias, inquietudes y demás para plantearnos por las adecuaciones que están realizando en el local de la referencia (Local número 1).*

*Vecino local 2: Buenas noches a todos, es un placer verlos a todos reunidos, ya a varios los distingo, para quienes no me conocen yo soy Camilo Urrego dueño del local número dos y tengo varias inquietudes; primero según tengo entendido dentro de nuestra plazoleta comercial no está permitido tener negocios de licorería, asaderos de pollo, entre otros...*

*Señor Antonio Correa (Representante dueña local): Que pena don Camilo yo lo interrumpo y le digo que está usted equivocado, pues yo como dueño del local*

---

<sup>4</sup> Anexo4: Apartes de Acta de reunión con consejo de administración y propietarios o representantes de los locales

### **Especialización en Mercadeo**

*hice una investigación en el CAM, en el décimo piso, que es donde entregan toda la información sobre lo que usted está diciendo y sí efectivamente licorería no se puede abrir en la plazoleta pero por el contrario asadero de pollo, panadería o cualquier tipo de establecimiento de comercio similar se puede, entonces en lo que usted está diciendo no tiene ninguna razón, es más yo tengo la información en documentos oficiales entregados por el área encargada y cuando quiera se los puedo enseñar.*

*Vecino local 2: No señor, no es necesario que me muestre documentos oficiales, para la asamblea y para mí es transparente la información que usted nos brinda, y también sé que estamos hablando entre adultos y con personas serias; lo otro que me tiene bastante inconforme al igual que a mi amiga Carolina Díaz propietaria del local número 9, es que no concebimos posible la idea de una apertura de un espacio que afecte la fachada de todo el centro comercial, además lo que hicieron, pavimentar una zona que era de uso común además de parqueadero eso no debía estar permitido.*

*Vecina local 9: Para quienes no me conocen mi nombre es Carolina Díaz y soy la propietaria del local número nueve, para serles sincera a mí el tema de la ventana no me afecta para nada, pero la pavimentación donde piensan poner mesas si me está afectando y muchísimo pues he dejado de vender por eso, mis clientas me han dicho que no pueden parquear porque quedó muy estrecho el ingreso, es muy difícil pasar entre la lámpara que ellos ubicaron y el poste de energía que hay.*

*María Fernanda Sánchez (presidenta del consejo de administración): Carolina buena noche, de antemano te digo que no hay justificación sobre el espacio que se ha usado como parqueadero pues lo que por costumbre han estado haciendo*

### **Especialización en Mercadeo**

*no es la función real y estipulada de espacio en cuestión, adicional a esto ellos tuvieron nuestra autorización para el desarrollo de esa obra; respecto al espacio entre la lámpara de piso que ubicaron y el poste, les pediré a ellos mismos nos expliquen el porqué de ésta situación.*

*Socios BigPollo Fusión Julián: Claro que sí, que esté incómodo el espacio o que sea imposible la entrada al centro comercial no tiene razón de ser, en más no es posible pues antes de sellar por completo la lámpara y poner el piso para exteriores tomamos las medidas necesarias, con todas la precauciones del caso, es más le pedimos el favor a uno de los camiones grandes que entran a surtir al minimarket o rapitienda ubicado en el local número 5 del centro comercial, que se ubicara entre la lámpara y el poste y vimos que quedara un espacio suficientemente amplio para que cualquier vehículo pudiera ingresar sin ningún problema.*

*Vecina local9: Parece entonces que lo tienen muy bien planeado, y si ya tuvieron la autorización del consejo de administración yo no tengo nada más que decir al respecto, sólo recordarles, que me estoy viendo afectada por las modificaciones que ustedes hicieron y espero poder solucionarlo de cualquier otra forma con mis clientas, y respecto al espacio como uso de zona verde yo llevo cinco años con mi local y siempre se ha usado como parqueadero entonces se me hace muy extraño que a éstas alturas del partido nos digan que eso no es parqueadero y que lo hemos usado de forma inadecuada.*

*Administradora Clara Eugenia Montoya: Sí Carolina, así es como está estipulado en la información que reposa en la oficina de la administración, también por ésta razón existe el parqueadero que está junto a la portería, que es un parqueadero para visitantes y clientes de los locales comerciales.*

*Vecino local 2: Doña Clara con todo respeto pero ese parqueadero es un atracadero continuo, a eso le hace falta iluminación, vigilancia, algún tipo de seguridad adicional para tal vez intentar parquear algunos carros allá, de lo contrario nuestros clientes seguirán parqueando donde siempre lo han hecho.*

*María Fernanda Sánchez (presidenta del consejo de administración): Don Camilo, claro que no dejarán de parquearse de forma inmediata en la zona común, pero podemos empezar a hacer el ejercicio con nuestros amigos, conocidos y clientes más concurrentes, adicionalmente con el consejo de administración estamos trabajando por tener un espacio más seguro para todos los visitantes, hemos pensado tener reflectores que iluminen todo el espacio o cadenas con candados de seguridad para tratar de evitar el hurto de vehículos u objetos dejados dentro de los mismos.*

*Socios BigPollo Fusión Diana: Me parece muy interesante e importante que piensen en los visitantes de la unidad y nuestros clientes, eso ayudará a darle un ambiente diferente y seguro al centro comercial.*

*Socios BigPollo Fusión Julián: Cambiándoles un poco el tema queremos que tengan la certeza de que nuestra intención en el local es hacer algo bien hecho y cuando estemos en completo funcionamiento se darán cuenta de lo que les estamos hablando y eso se los podemos asegurar. Van a quedar gratamente sorprendidos<sup>5</sup>.*

---

<sup>5</sup> Anexo3: Imágenes carta menú lado A/B

### **Especialización en Mercadeo**

*Administradora Clara Eugenia Montoya: Bueno señores, no siendo más, me alegra mucho que hayamos podido aclarar las situaciones e inquietudes que teníamos y cualquier otra cosa que tengan en mente, no duden en comunicarse conmigo.”*

Debido a lo que sucedió en la reunión, los vecinos no tuvieron más que decir y finalmente estar de acuerdo con lo que estaba pasando en la zona comercial, pero a raíz de ésta situación y todos los contratiempos, el consejo de administración de la unidad nos solicitó redactar un documento donde nos comprometiéramos a realizar de común acuerdo y responsabilidad junto con el propietario del local la readecuación del mismo si así se llegara a requerir por ley o cualquier tipo de normatividad.

*“María Fernanda Sánchez (presidenta del consejo de administración): Para dejar todo bien coordinado, y claro, es necesario que ustedes los del local uno, tanto arrendatario como arrendador, dejen un documento firmado donde se comprometan bajo común acuerdo y responsabilidad a readecuar el local si así se llegara a requerir por la ley que rige las normas de propiedad horizontal.*

*Señor Antonio Correa (Representante dueña local): Ciertamente es algo que podemos hacer sin ningún problema, lo importante es que todo quedara claro ante los propietarios y arrendatarios del conjunto residencial y de los locales comerciales que hacen parte del mismo.*

*Socios BigPollo Fusión Yolanda: Nosotros estamos de acuerdo en firmar el documento que se requiera para que todos estemos tranquilos y sintonizados con lo que es mejor para el conjunto residencial y para nosotros como arrendatarios.*



**Especialización en Mercadeo**

*Administradora Clara Eugenia Montoya: Perfecto!!! Así quedamos incluso, yo aquí tengo un modelo que les puede servir, dirigido al consejo de administración de la unidad y dice así:*

*Señores*

**CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN**

*Unidad Residencial Apartamentos El Limonar*

*Calle 16 No. 56 - 90*

*Cali*

*Cordial saludo,*

*Por Medio del presente documento se informa a los propietarios del conjunto residencial y a los que conforman el consejo de administración de la unidad residencial Apartamentos El Limonar, que como arrendatarios del Local No. 1, representados legalmente por la señorita Diana Marcela Jaramillo Yopez identificada con cedula de ciudadanía número 1130614604, local ubicado en la dirección: calle 16 # 56 – 40 somos responsables de las adecuaciones locativas físicas y estructurales realizadas al mismo, por ende libramos a la unidad residencial Apartamento El Limonar de toda responsabilidad ante las autoridades*

### **Especialización en Mercadeo**

*competentes y cualquier situación legal que pudiese presentarse por dichas adecuaciones locativas realizadas al local comercial será asumida por los arrendatarios del local número 1 en responsabilidad compartida con su propietaria.*

*Administradora Clara Eugenia Montoya: Acordemos entonces por favor, lo más pronto posible la entrega de dicha carta; la idea es que con ésta quedemos como dijo doña Yolanda todos tranquilos y así yo les entrego la carta que debe ser emitida por la administración donde especifique que están autorizados para tener un asadero de pollo en la ubicación en la que se encuentran.*

*Socios BigPollo Fusión Yolanda: Doña Clara listo, así quedamos a penas tengamos la carta impresa y firmada le haremos entrega para que nos colabore con la carta del permiso pues ese es un documento que nos exigen para poder continuar con el trámite de uso de suelos y demás trámites legales para nuestro funcionamiento.*

*Socios BigPollo Fusión Diana Marcela: Para concluir quiero referirme a ustedes, miembros del concejo de administración y a los nuevos vecinos comerciales, para de ante mano agradecerles por entender y lograr llegar a un común acuerdo, adicionalmente, a quienes tuvieron inquietudes o quejas no resta decirles que nuestra intención es aportar vida comercial a la plazoleta de comidas y a los locales comerciales, créanme que con el tiempo intentaremos seguir mejorando y los tendremos en cuenta para cualquier proyecto o idea que pueda beneficiar no solo nuestro local BigPollo Fusión sino también a ustedes como vecinos comerciales. – Hasta una próxima ocasión.*

# Anexo1

Imágenes avance adecuaciones local





# Anexo1

Imágenes avance adecuaciones local



# Anexo2

Brechas BigPollo Fusión



**BigPollo**  
*Fusión*



**BRECHA  
DEL  
CLIENTE**



## Misión

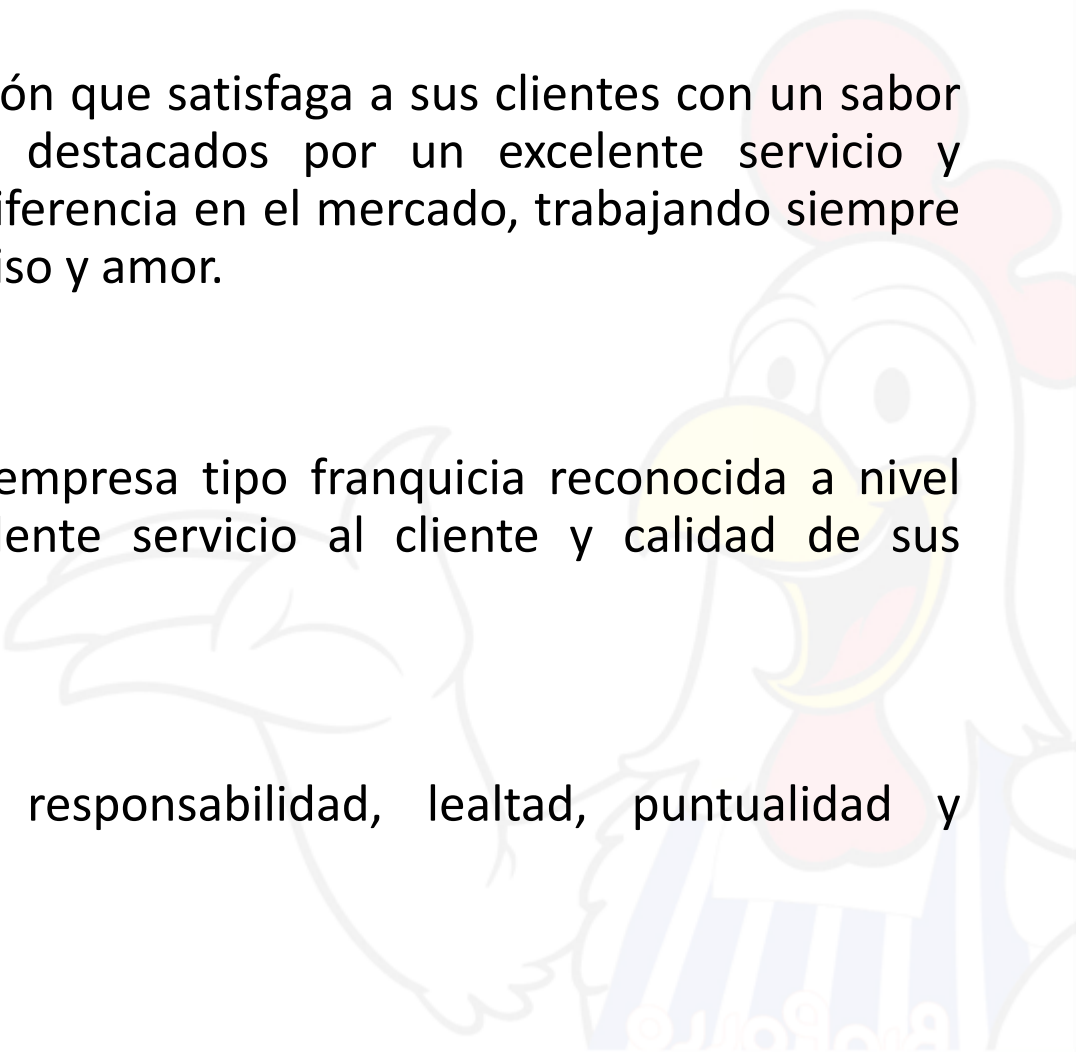
Ser un restaurante fusión que satisfaga a sus clientes con un sabor inigualable y natural, destacados por un excelente servicio y calidad que hagan la diferencia en el mercado, trabajando siempre con entrega, compromiso y amor.

## Visión

En dos años ser una empresa tipo franquicia reconocida a nivel nacional por su excelente servicio al cliente y calidad de sus productos.

## Valores

Honestidad, respeto, responsabilidad, lealtad, puntualidad y compromiso.







**SERVICIO  
ESPERADO**



**SERVICIO  
PERCIBIDO**

### Descripción

Restaurante experto en la preparación del pollo que combina en sus recetas diferentes estilos culinarios, así como la mezcla de diferentes condimentos y especias. Destacados por usar ingredientes naturales, y un pollo 100% colombiano, que busca ofrecer una experiencia diferente a los clientes expresada desde la preparación de sus platos hasta encontrar la satisfacción de sus clientes.



# Propiedades de la Oferta

1. **Cualidades de Búsqueda clientes:** Imagen del local, precio, comodidad, atención, aspecto y variedad de los platos y el olor.
2. **Cualidades de Experiencia:** El sabor de la comida, servicio.
3. **Cualidades de Credibilidad:** Higiene en la preparación, calidad y precio de los insumos.

**En el caso de BigPollo Fusión que es un restaurante, tienen mas relevancia para el cliente las cualidades de búsqueda y experiencia.**

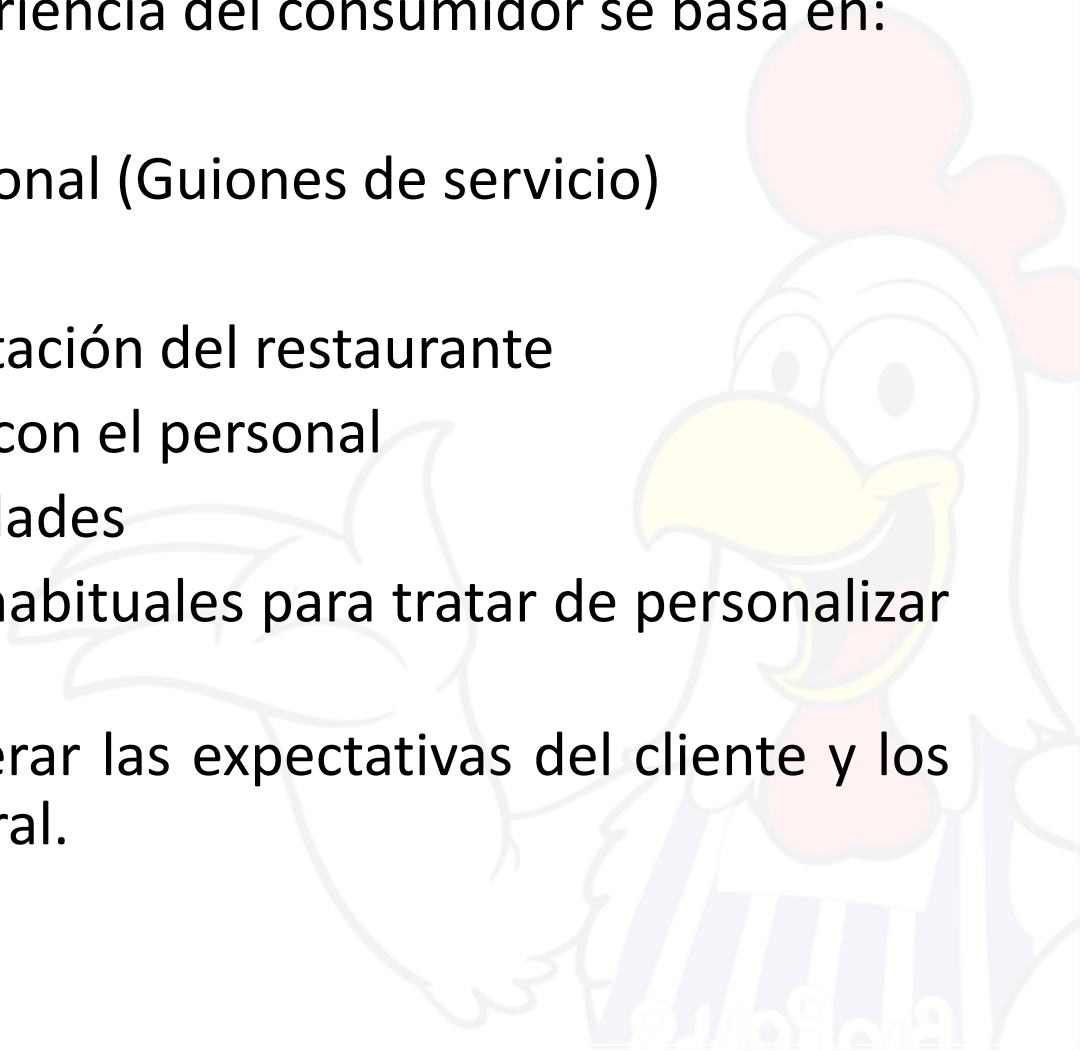
# Toma de decisiones y evaluación del servicio



# Experiencia del consumidor

En BigPollo Fusión la experiencia del consumidor se basa en:

- Trato y actitud del personal (Guiones de servicio)
- Trabajo en equipo
- Presentación y ambientación del restaurante
- Interacción del Cliente con el personal
- Manejo de inconformidades
- Conocer a los clientes habituales para tratar de personalizar la atención
- Tratar siempre de superar las expectativas del cliente y los colaboradores en general.

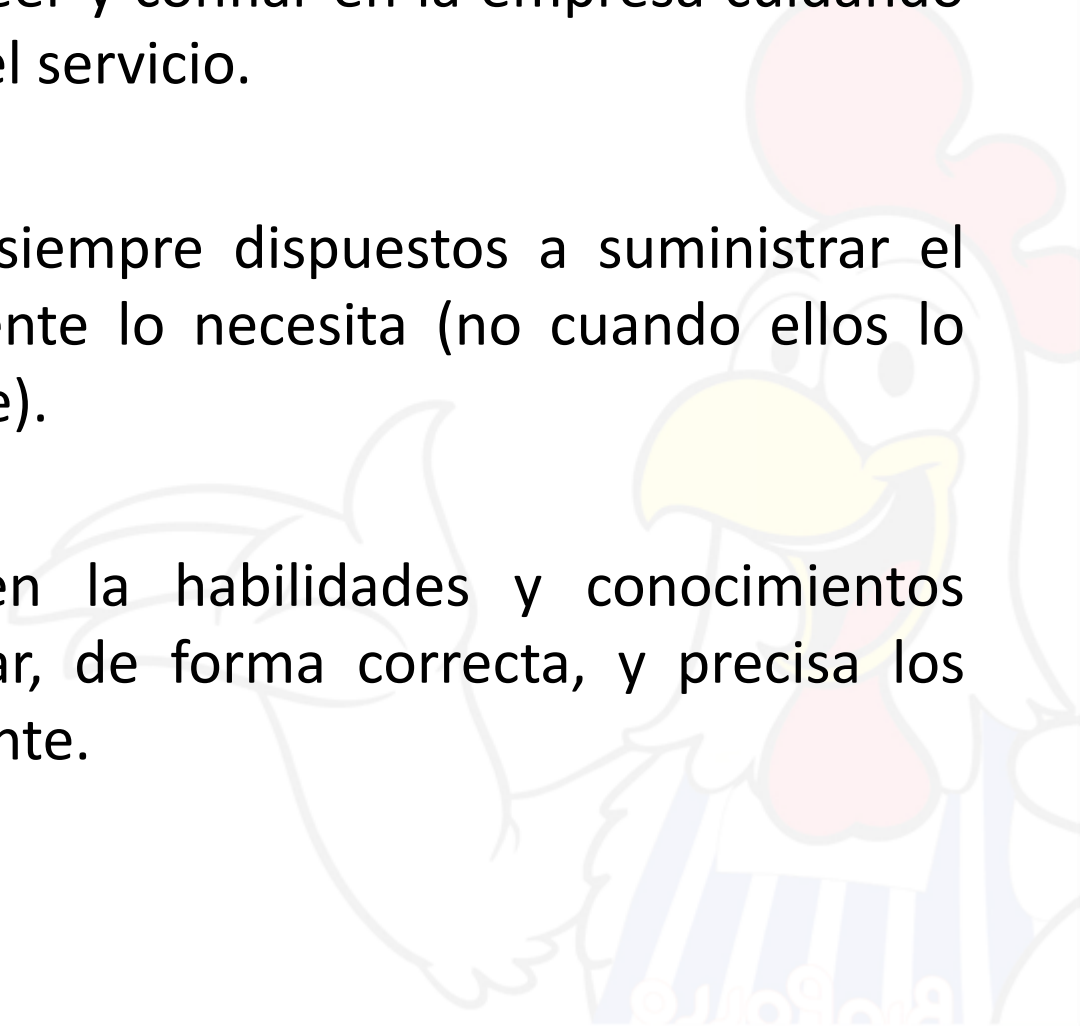


# Evaluación posterior a la experiencia

- El personal debe estar muy atento a los comentarios y sugerencias de los clientes y saberlas manejar.
- BigPollo Fusión reconocen la fuerte influencia que tiene la publicidad voz a voz , debido a que después que el cliente consume el producto y experimenta el servicio le dirá a otros sobre su experiencia.
- Cuidar el tiempo de respuesta a cualquier inconformidad.

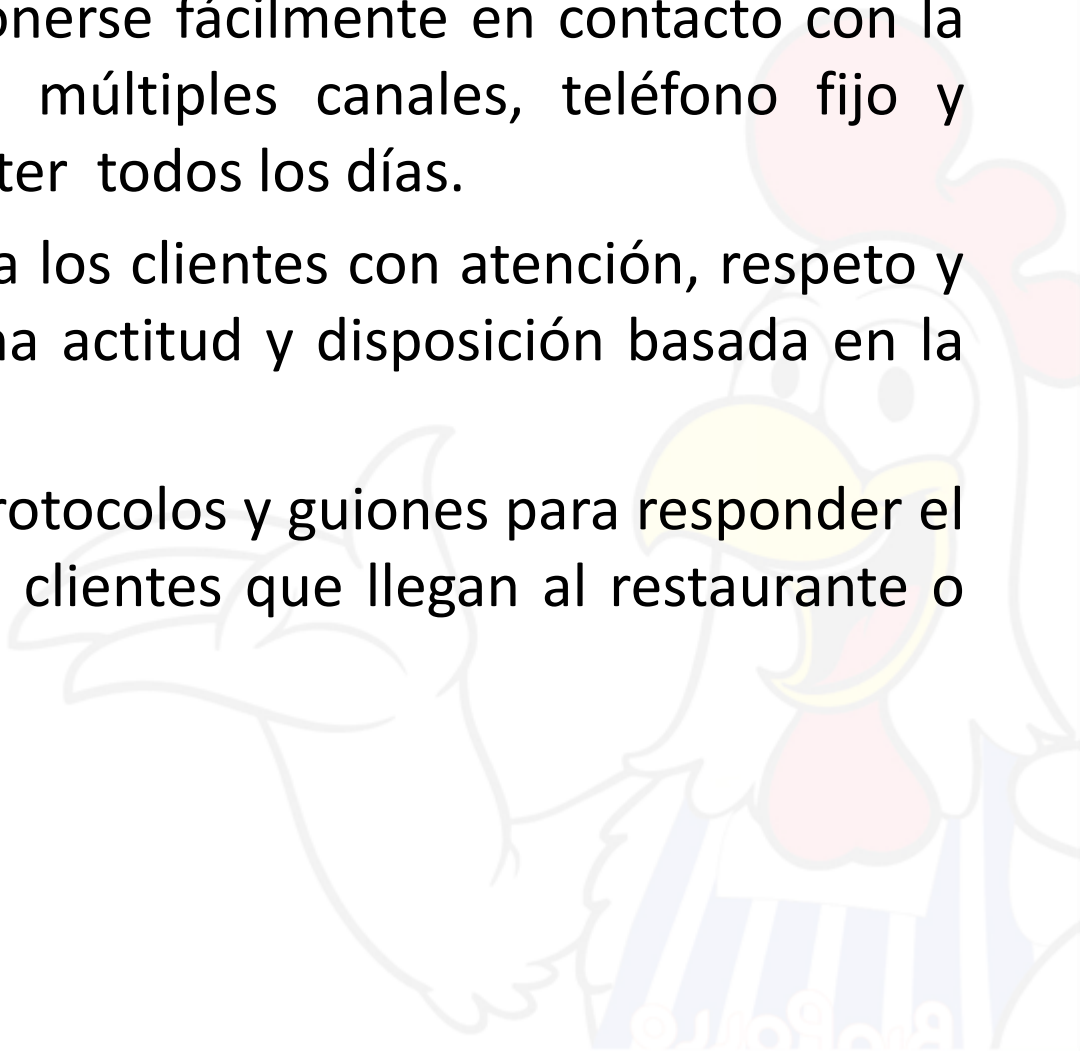
# Expectativas del cliente acerca del servicio

- Los clientes pueden creer y confiar en la empresa cuidando los detalles y calidad del servicio.
- Los empleados están siempre dispuestos a suministrar el servicio cuando el cliente lo necesita (no cuando ellos lo consideran conveniente).
- Los empleados poseen la habilidades y conocimientos necesarios para prestar, de forma correcta, y precisa los servicios en el restaurante.



# Expectativas del cliente acerca del servicio

- Los clientes pueden ponerse fácilmente en contacto con la empresa, a través de múltiples canales, teléfono fijo y celular, facebook y twitter todos los días.
- Todo el personal trata a los clientes con atención, respeto y consideración y con una actitud y disposición basada en la empatía.
- BigPollo Fusión tiene protocolos y guiones para responder el teléfono, atender a los clientes que llegan al restaurante o piden domicilio.



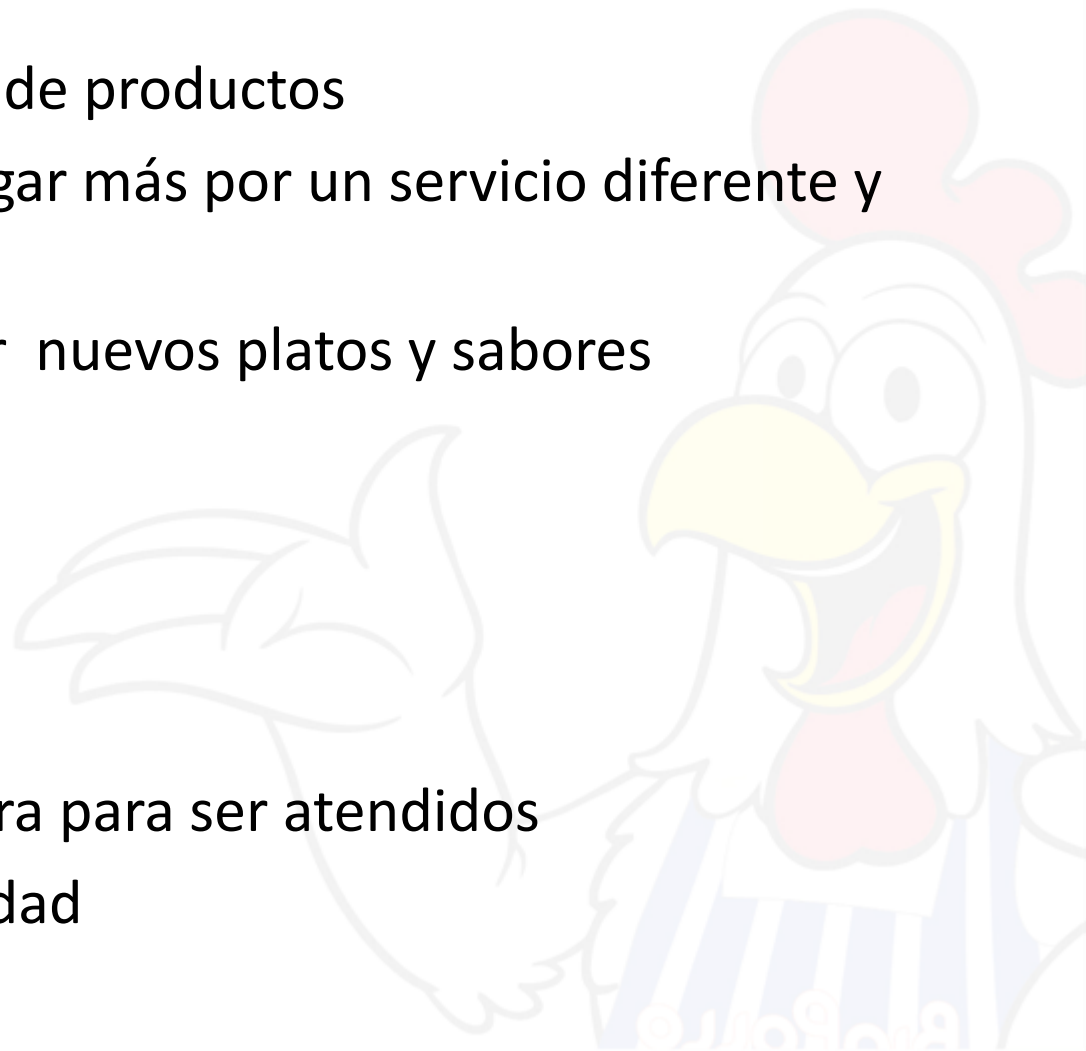
# El cliente y sus expectativas

## 1. Servicio Deseado:

- Variedad de opciones de productos
- Están dispuestos a pagar más por un servicio diferente y mejor
- Quieren experimentar nuevos platos y sabores

## 2. Servicio Adecuado:

- Higiene
- Cortesía
- Corto tiempo de espera para ser atendidos
- Seguridad y confiabilidad



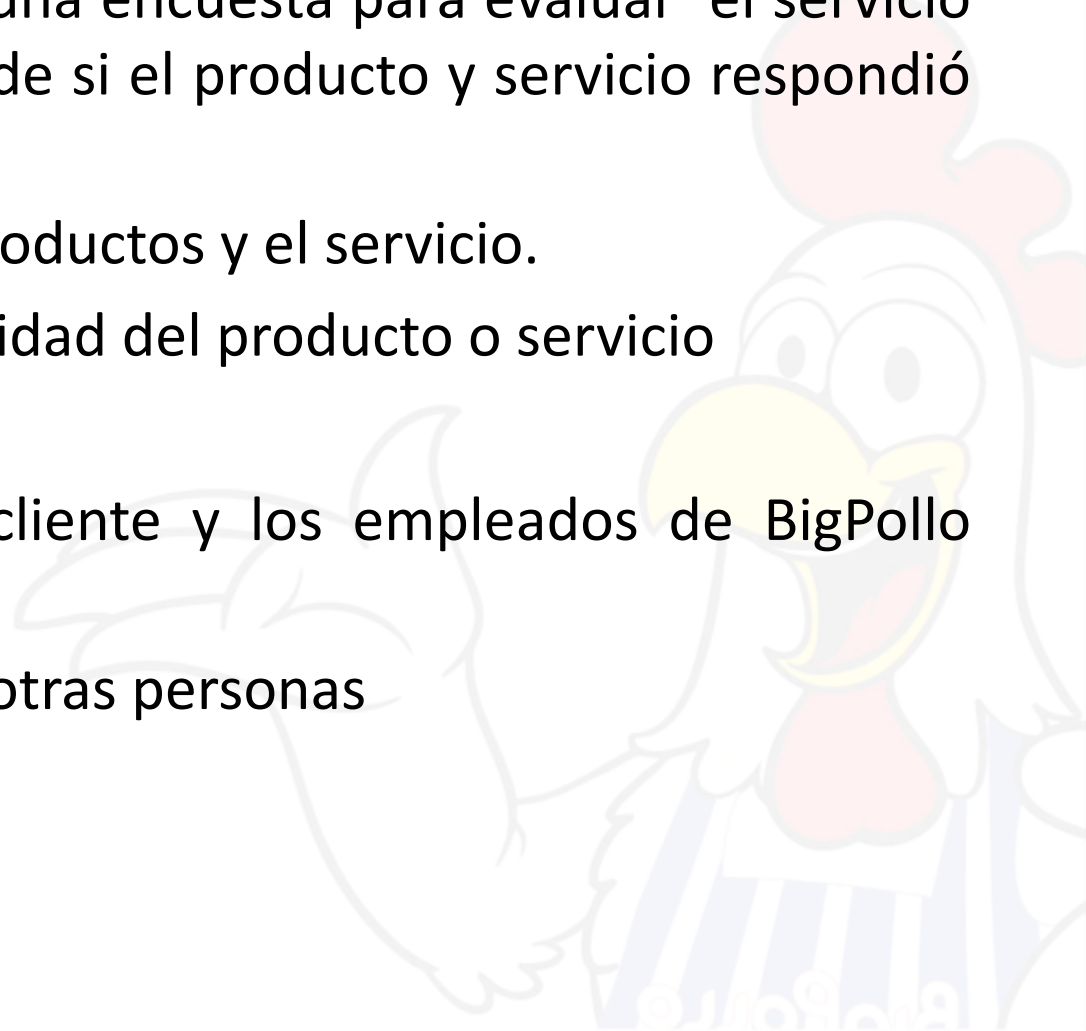
# Estrategias

- Capacitación constante del personal en temas de manipulación de alimentos y servicio al cliente.
- Servicio a domicilio sin costo por los barrios aledaños al restaurante.
- Tiempo de atención (2 minutos pedido y se servicio a la mesa 20 minutos)
- Actividades de retención y fidelización a través de la participación de los clientes en las cuentas de BigPollo Fusión en facebook y twitter.
- Toma de Unidades residenciales para publicitar a BigPollo Fusión.



# Satisfacción del cliente

- Se desea implementar una encuesta para evaluar el servicio al cliente, en términos de si el producto y servicio respondió a sus expectativas.
- Características de los productos y el servicio.
- Las percepciones de calidad del producto o servicio
- Precio
- Estado de ánimo del cliente y los empleados de BigPollo Fusión.
- Factores situacionales, otras personas



# Calidad en el servicio

- Calidad de los insumos utilizados para la preparación de los platos, fundamental en la percepción del cliente.
- Generar confianza en el cliente prestando un servicio amable y oportuno. Entregar la promesa básica.
- Tener la sensibilidad y disposición para ayudar a los clientes y para proveer el servicio con prontitud.
- El conocimiento y la cortesía de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza
- Cuidado, atención individualizada dada a los clientes.
- Apariencia de las instalaciones físicas, utensilios, personal y decoración.

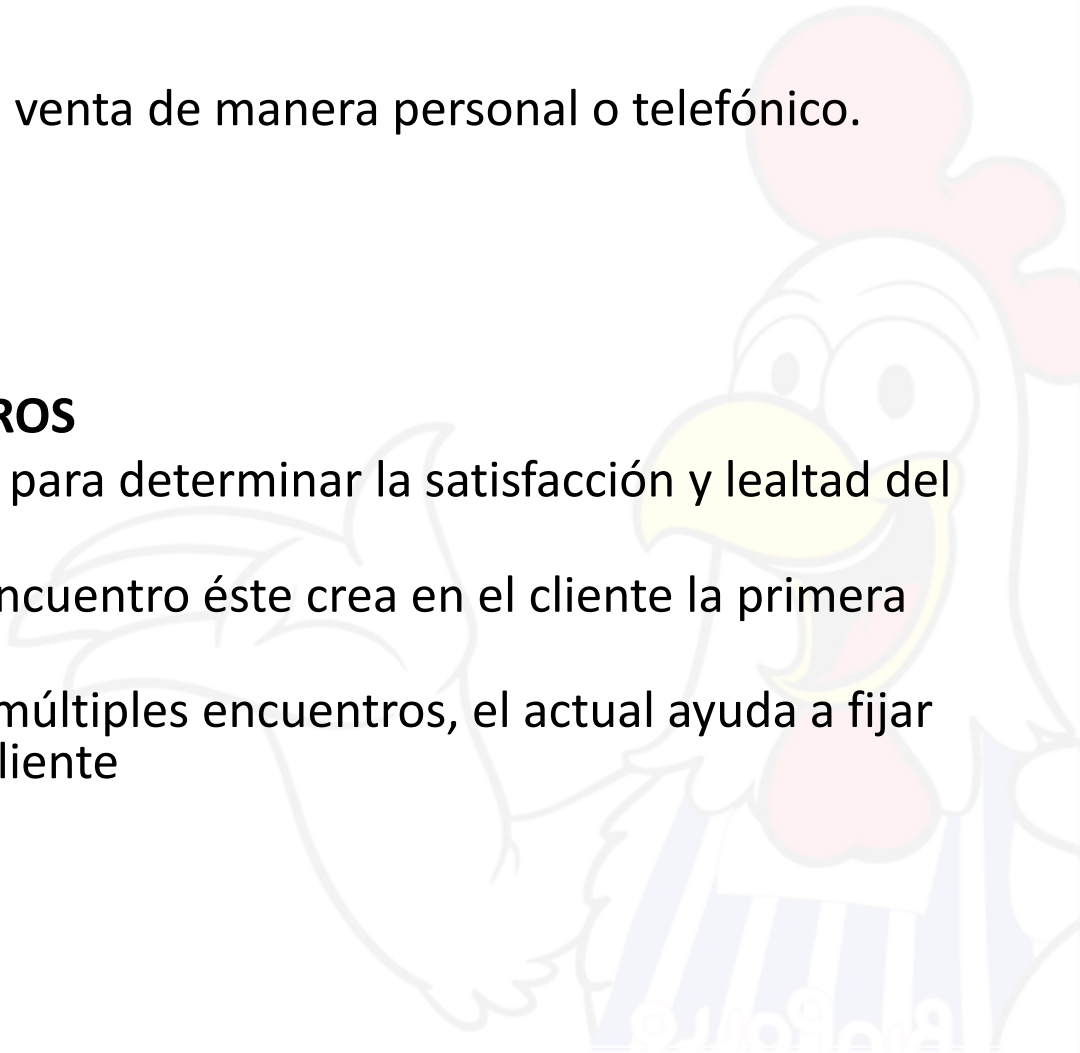
# Momentos de verdad

## ENCUENTROS DE SERVICIO

- Contacto en el momento de la venta de manera personal o telefónico.
- Entrega del producto
- Facturación

## IMPORTANCIA DE LOS ENCUENTROS

- Cualquier encuentro es crítico para determinar la satisfacción y lealtad del cliente
- Cuando se celebra el primer encuentro éste crea en el cliente la primera impresión de la organización.
- Cuando ya se han mantenido múltiples encuentros, el actual ayuda a fijar la imagen en la memoria del cliente



# Momentos de verdad

MOMENTO DE VERDAD	MOMENTOS ESTELARES	MOMENTOS INOLVIDABLES	MOMENTOS AMARGOS	MOMENTOS CRITICOS DE VERDAD
<ul style="list-style-type: none"><li>• El cliente llega al restaurante y hace su pedido o solicita un domicilio.</li><li>• El cliente recibe su pedido.</li><li>• Facturación del producto.</li></ul>	El cliente es atendido muy bien, de manera amable y oportuna cumpliendo con un servicio adecuado.	No solo se cumplen las expectativas del cliente sino se superan con respecto al servicio y calidad de la comida. Se cumple con el servicio deseado.	No hay una atención pronta, ni amable o no le contestan el teléfono en caso de ser un domicilio. Cuando el plato no cumple con la calidad deseada.	Cuando un cliente que ya conoce Big Pollo habla sobre sus experiencias generando un voz a voz.

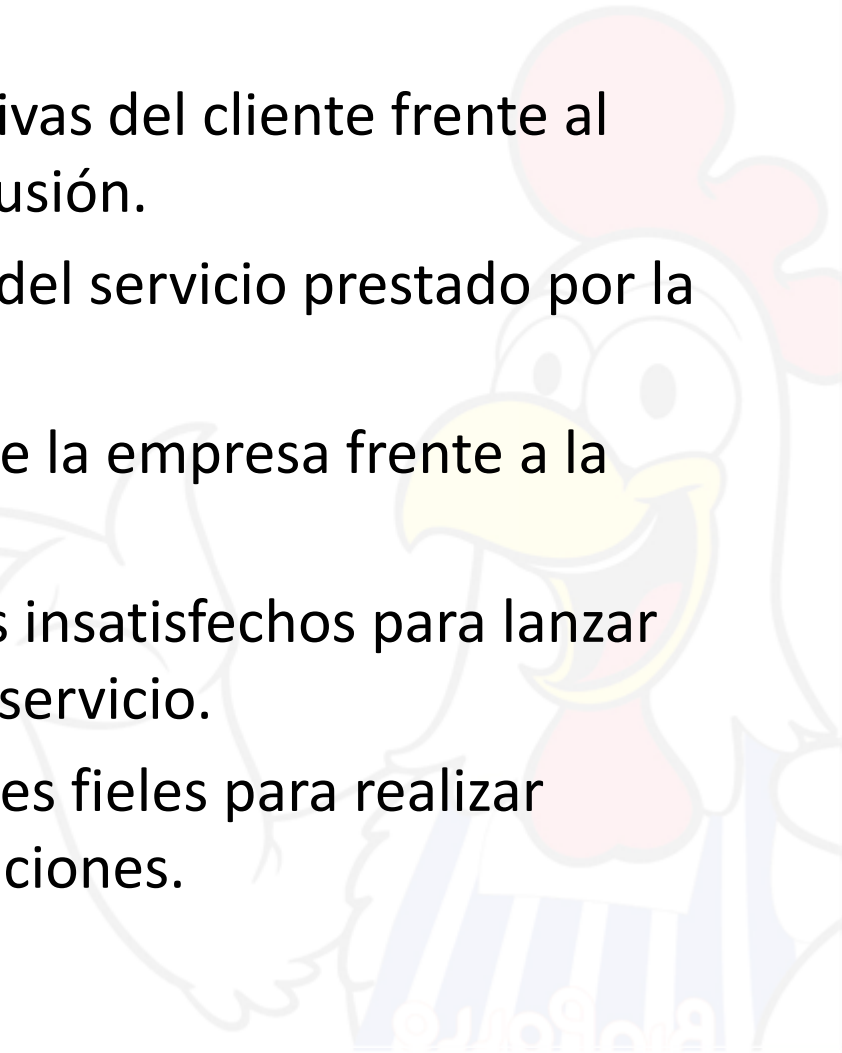


# BRECHA DEL CONOCIMIENTO

# Orientación de la investigación de mercado

## Objetivos:

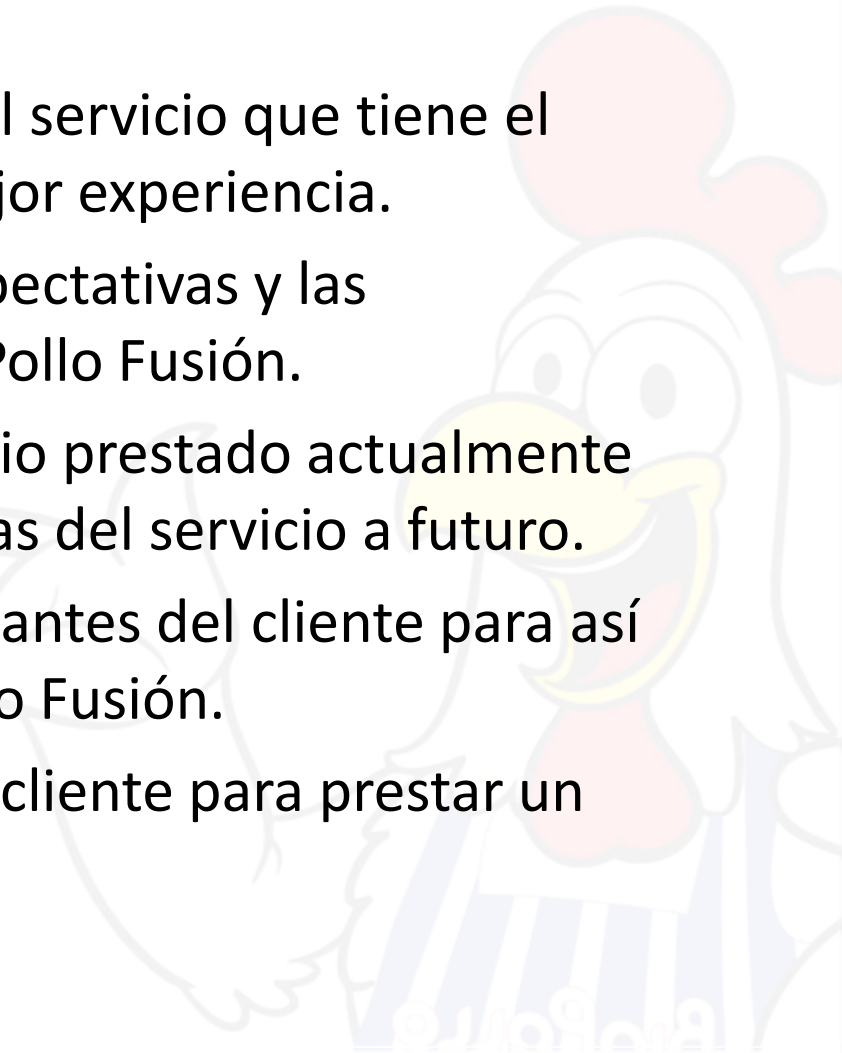
- Conocer cuáles son las expectativas del cliente frente al servicio brindado por BigPollo Fusión.
- Dar seguimiento al desempeño del servicio prestado por la empresa.
- Evaluar el desempeño general de la empresa frente a la competencia.
- Identificar a los posibles clientes insatisfechos para lanzar estrategias de recuperación del servicio.
- Saber cuáles son nuestros clientes fieles para realizar estrategias de marketing de relaciones.



# Orientación de la investigación de mercado

## Objetivos:

- Comprender las expectativas del servicio que tiene el cliente, para así brindar una mejor experiencia.
- Evaluar las brechas entre las expectativas y las percepciones del cliente de BigPollo Fusión.
- Calcular la efectividad del servicio prestado actualmente para pronosticar nuevas prácticas del servicio a futuro.
- Observar las expectativas cambiantes del cliente para así innovar en el servicio de BigPollo Fusión.
- Determinar las expectativas del cliente para prestar un nuevo servicio.



# Proceso general de investigación de mercados

**IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA  
DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.**

**DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

**INVESTIGACIÓN:**

- Exploratoria
- Descriptiva
- Causal

**DESARROLLO DE TRABAJO DE CAMPO**

**ANÁLISIS DE DATOS**

- Clasificación de información
- Estadísticas básicas

**PREPARACIÓN Y PRESENTACIÓN DE INFORMES**

**TOMA DE DECISIONES  
DESARROLLO DE ESTRATEGIAS.**

- Para BigPollo Fusión es vital tener claro cuál es el problema para así establecer un tipo de investigación, y desarrollar un minucioso trabajo de campo.
- Posterior a esto lo importante no es quedarse con la información sino analizarla para el desarrollo de estrategias a futuro y de esta forma entablar excelente relaciones con los clientes basadas por un buen servicio al cliente prestado.



# Tipo de Investigación

## Sondeos entre clientes nuevos, en declive y ex-clientes

Por medio de cuestionarios BigPollo Fusión determina porqué los nuevos clientes han seleccionado un nuevo producto o servicio.

- ✓ La empresa evalúa cuál es el punto de impacto que tiene la calidad de su servicio y producto, para así conocer la imagen que está dejando la marca en la mente de sus consumidores.

## Sondeos transaccionales

La empresa genera cuestionarios cortos que solicitan a los clientes responder (positiva o negativamente) después de haberse prestado el servicio.

- ✓ BigPollo Fusión trata de que por medio de sus empleados se establezca un lazo con sus clientes para generar retroalimentación del servicio prestado para que no hayan problemas a futuro y así personalizar la atención.

## Quejas y Reclamaciones

Con este sistema BigPollo Fusión capta, registra y analiza la comunicación errónea que tiene la empresa frente a sus consumidores para mejorar a futuro.

- ✓ Con este tipo de investigación la empresa se entera cuales son sus deficiencias y plantea las posibles mejoras a estos inconvenientes con el fin de mejorar las relaciones con sus clientes.

# Tipo de Investigación

## Sondeos entre empleados

BigPollo Fusión obtiene la información a través de los empleados que tienen contacto directo con los clientes.

- ✓ La empresa mide la calidad de los servicios internos y externos.
- ✓ Se apoya con fotografías, conceptos o incluso muestra de producto real junto con los precios.

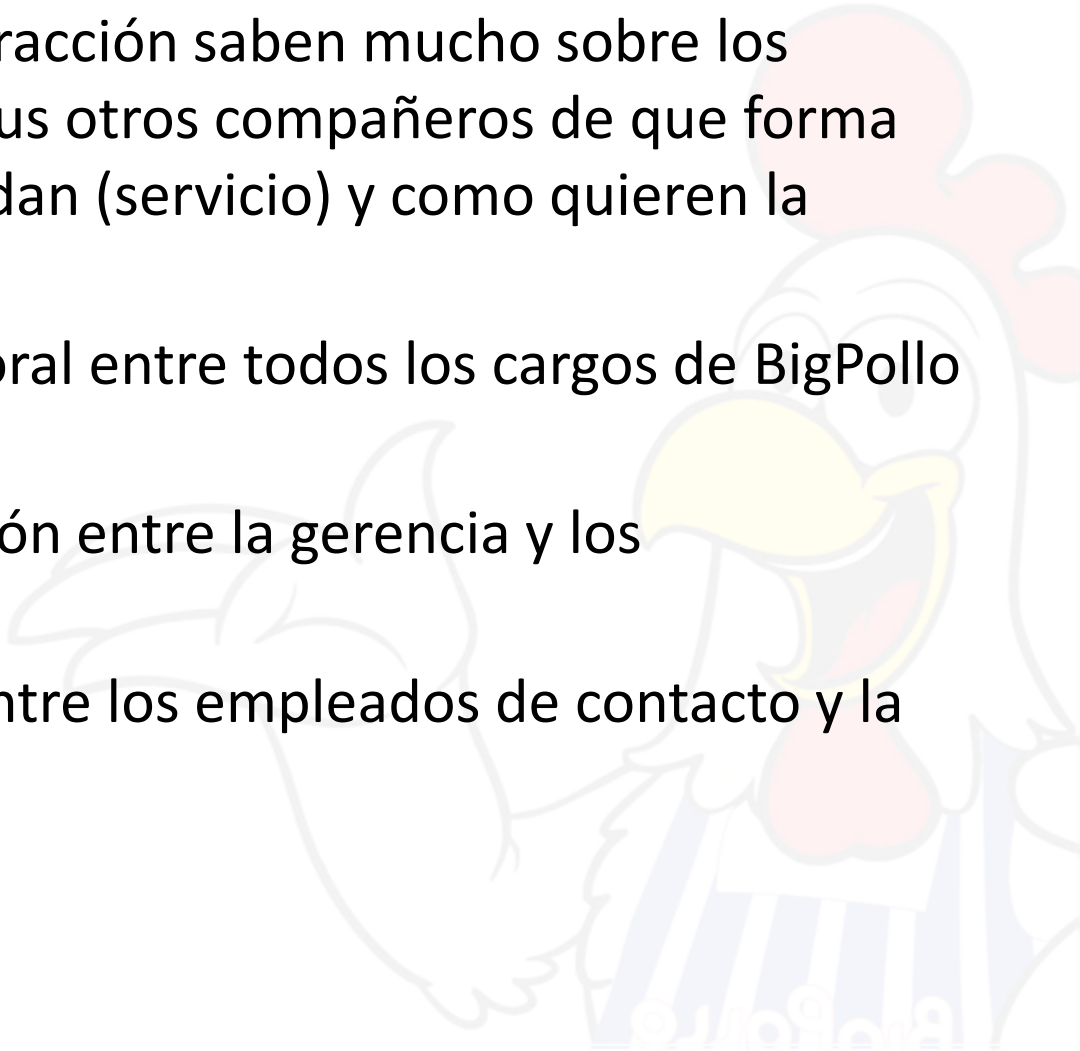
## Revisiones de la relación

Continúa comunicación con los clientes por medio de las redes sociales como también de forma personal donde se revisan todos los detalles de la relación empresa-cliente.

- ✓ Se obtiene una información precisa de las expectativas y de las percepciones que va teniendo el cliente a medida que pasa el tiempo.

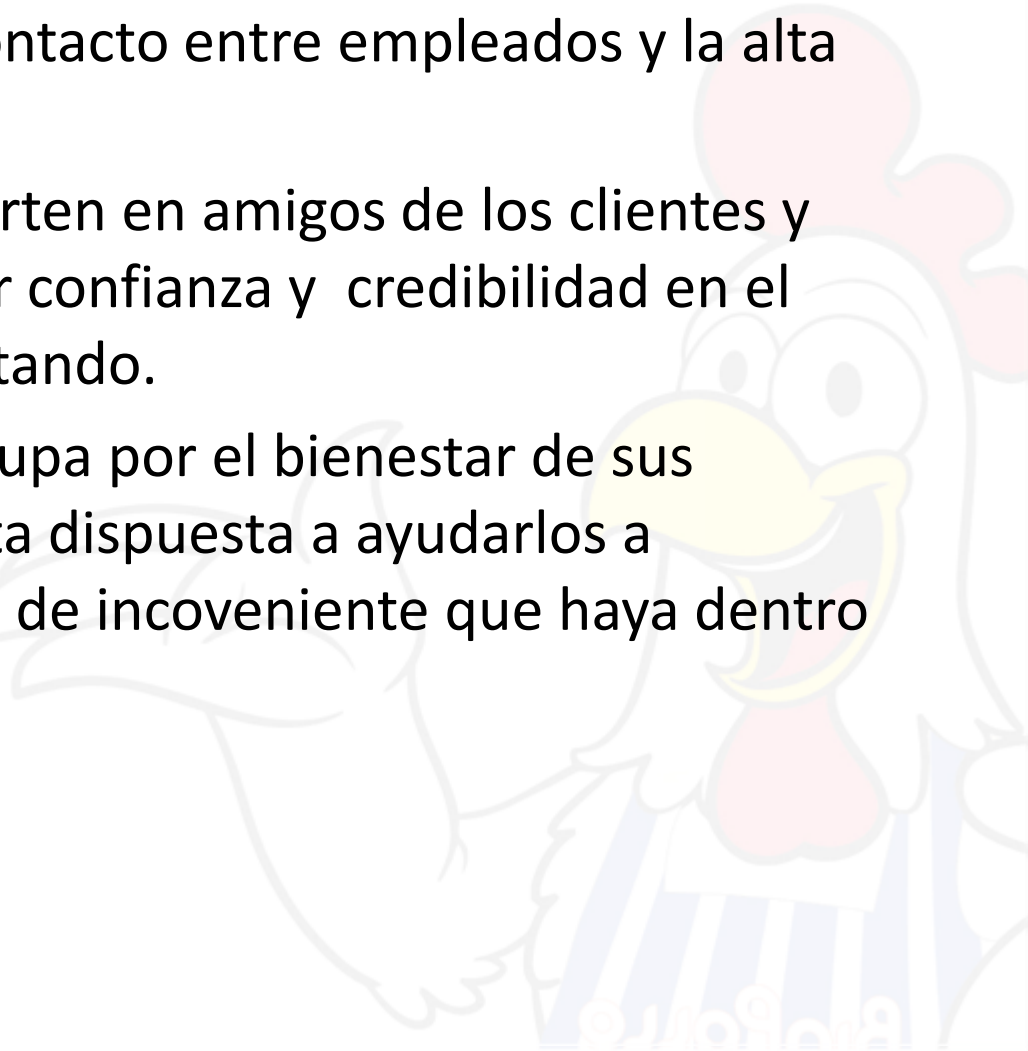
# Comunicación ascendente

- Los empleados de interacción saben mucho sobre los clientes e informan a sus otros compañeros de que forma les gusta que los atiendan (servicio) y como quieren la comida (producto).
- Excelente relación laboral entre todos los cargos de BigPollo Fusión.
- Alto grado de interacción entre la gerencia y los consumidores.
- Comunicación fluida entre los empleados de contacto y la alta gerencia.

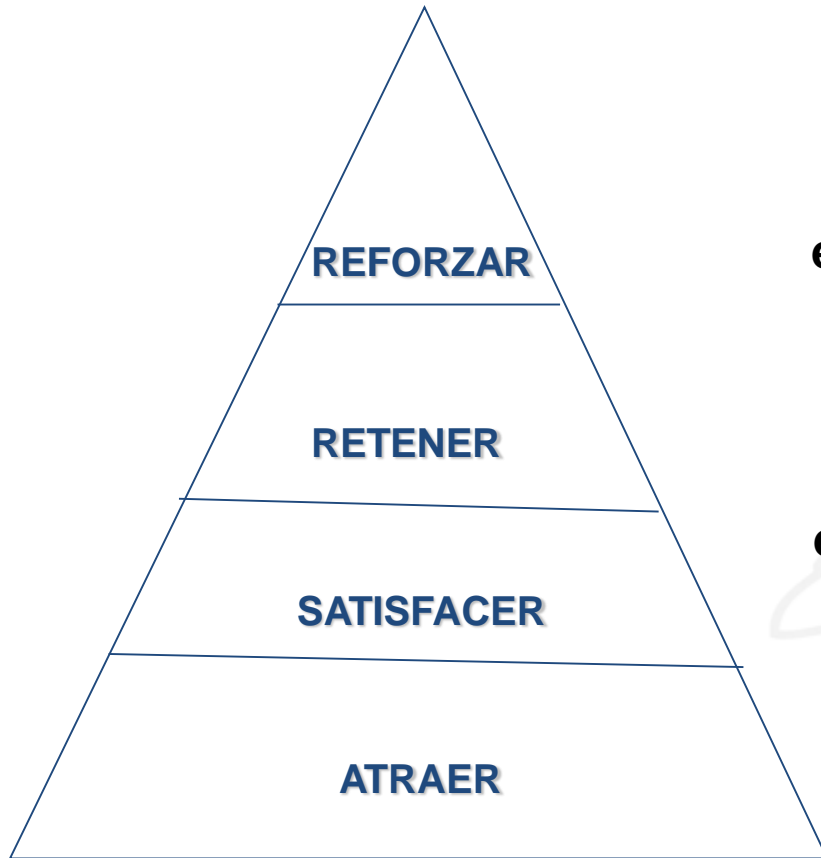


# Comunicación ascendente

- Pocas restricciones de contacto entre empleados y la alta gerencia.
- Los empleados se convierten en amigos de los clientes y por esta razón hay mayor confianza y credibilidad en el servicio que se esta prestando.
- La alta gerencia se preocupa por el bienestar de sus empleados y siempre esta dispuesta a ayudarlos a solucionar cualquier tipo de inconveniente que haya dentro y/o fuera de la empresa.



# Marketing de relaciones



**BigPollo Fusión como orientación estratégica busca mantener y favorecer a los clientes actuales en lugar de adquirir nuevos, porque así mantiene una comunicación constante y clara a sus clientes sin el temor de que vaya a existir un ruido en el mensaje con el fin de generar un excelente voz a voz.**

# Marketing de relaciones

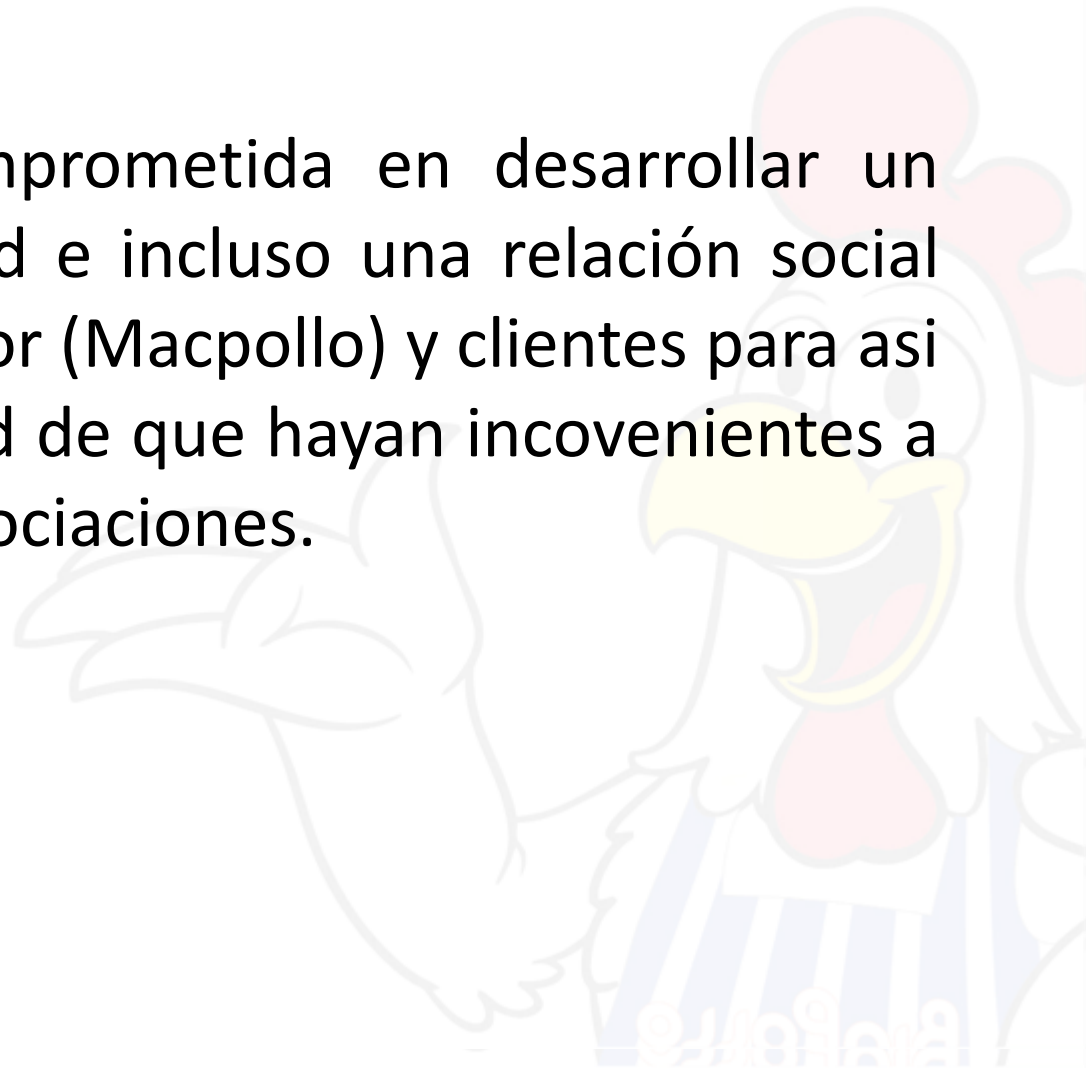
BigPollo Fusión dentro de su estrategia de mantener a sus clientes ofrece beneficios como:

## **Beneficios de la Confianza:**

La empresa comprende que el consumidor deposita su confianza en que en este negocio se le va a atender rápidamente y con productos de alta calidad, por tal razón todos los empleados de BigPollo Fusión están comprometidos y capacitados para cumplir con estas necesidades de la mejor manera.

## **Beneficios Sociales:**

La empresa está comprometida en desarrollar un sentido de familiaridad e incluso una relación social fuerte con su proveedor (Macpollo) y clientes para así disminuir la posibilidad de que hayan inconvenientes a la hora de realizar negociaciones.



## **Beneficios de trato especial:**

- BigPollo Fusión se preocupa por el bienestar de sus clientes y por tal razón es que establece unos precios adsequibles, obsequios en fechas especiales, no cobrá el domicilio, servicio de t.v, asientos cómodos, buena iluminación, y productos de excelente calidad.

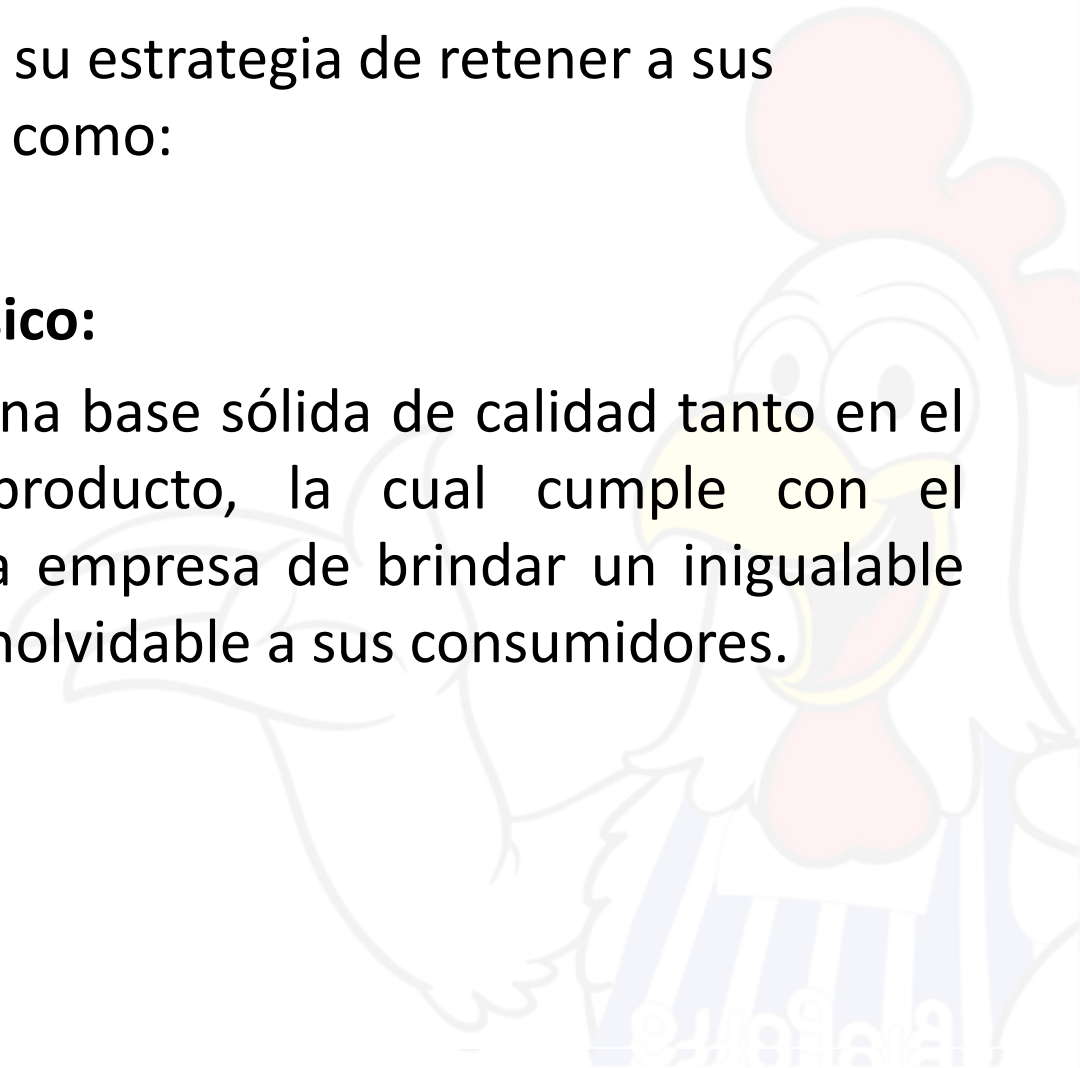


# Retención de los clientes

BigPollo Fusión dentro de su estrategia de retener a sus clientes ofrece beneficios como:

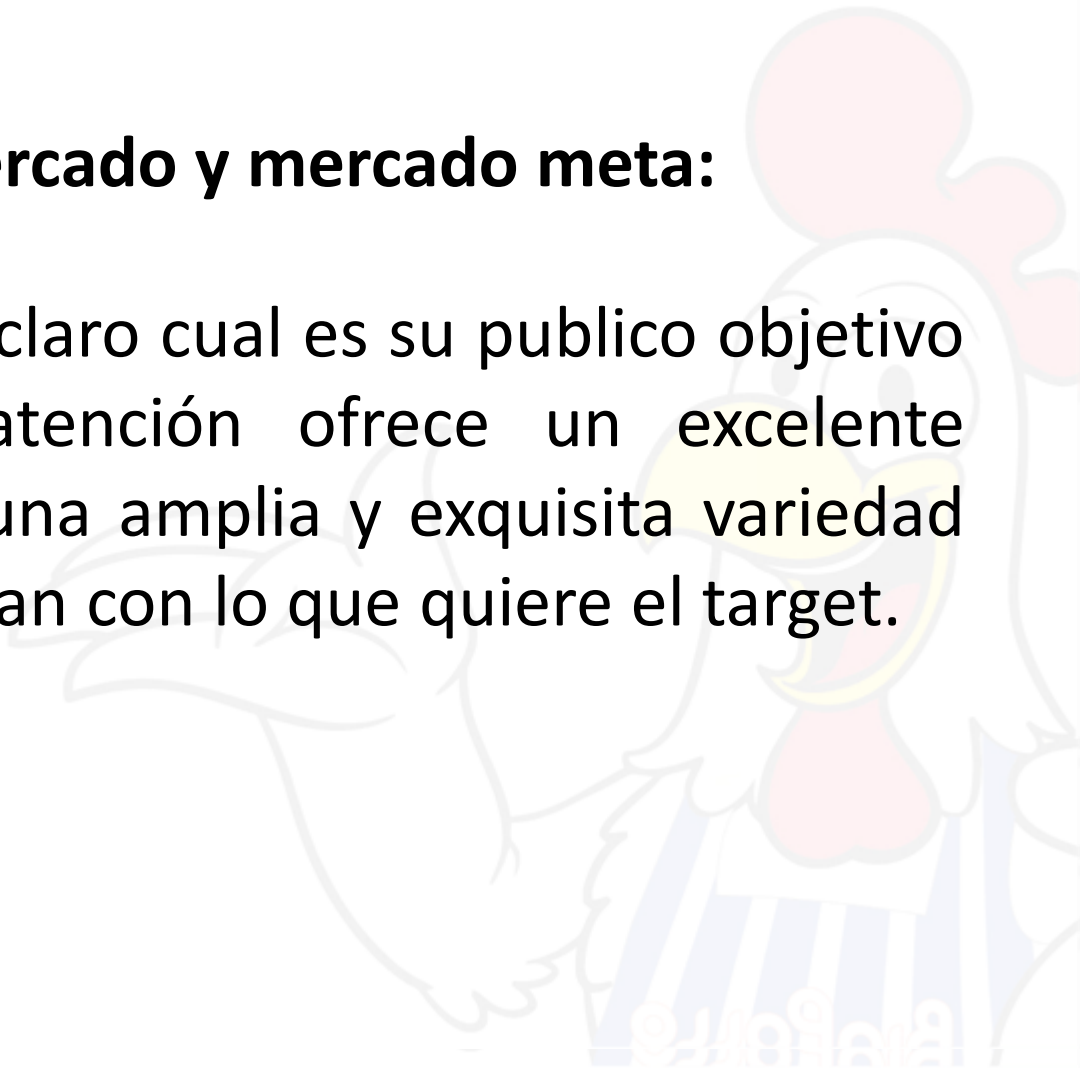
## **Calidad en el servicio básico:**

La empresa cuenta con una base sólida de calidad tanto en el servicio como en el producto, la cual cumple con el compromiso que tiene la empresa de brindar un inigualable sabor y una experiencia inolvidable a sus consumidores.



## **Segmentación del mercado y mercado meta:**

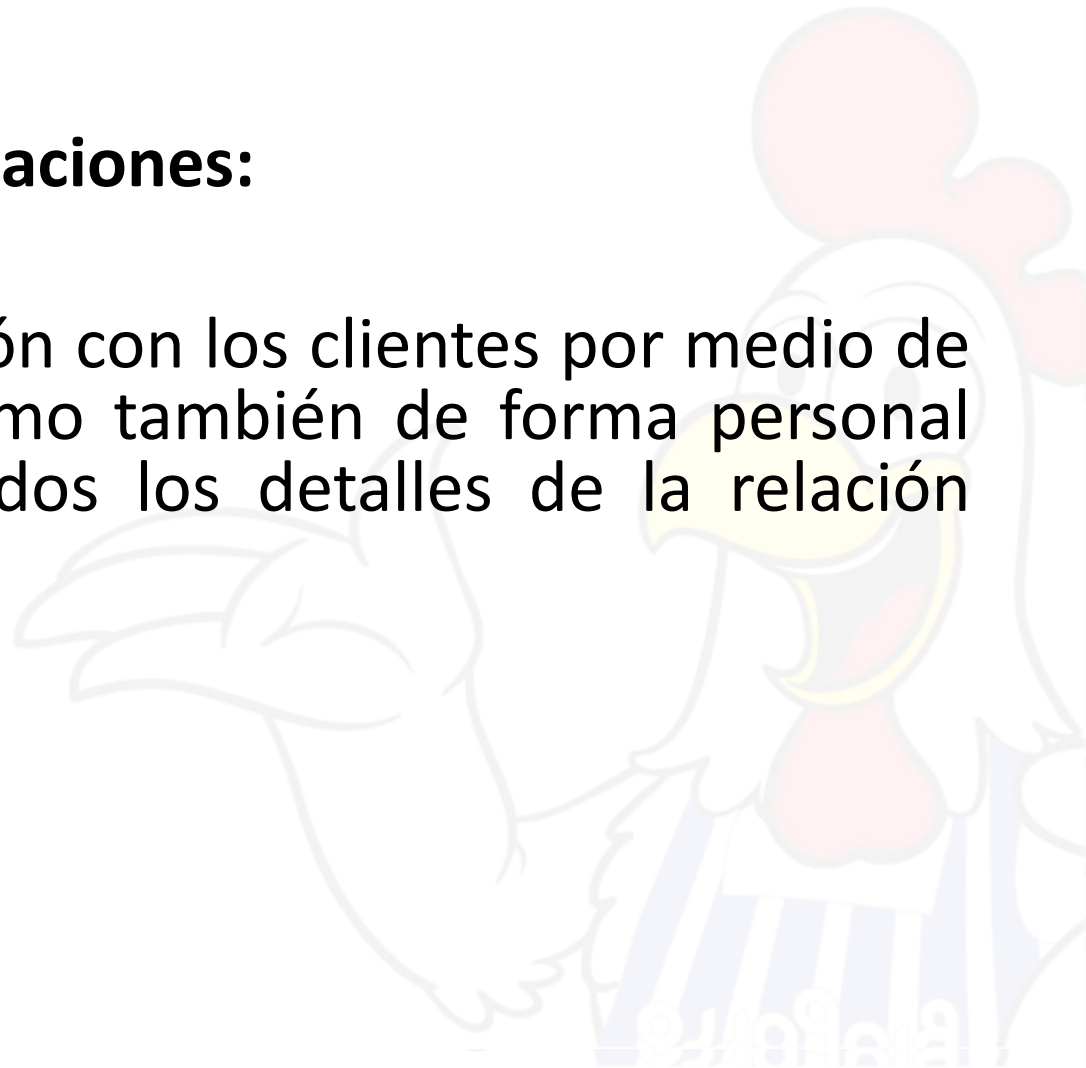
BigPollo Fusión tiene claro cual es su publico objetivo y para llamar su atención ofrece un excelente servicio, además de una amplia y exquisita variedad de platos que se ajustan con lo que quiere el target.



# Retención de los clientes

## **Supervisión de las relaciones:**

Continúa comunicación con los clientes por medio de las redes sociales como también de forma personal donde se revisan todos los detalles de la relación empresa-cliente.



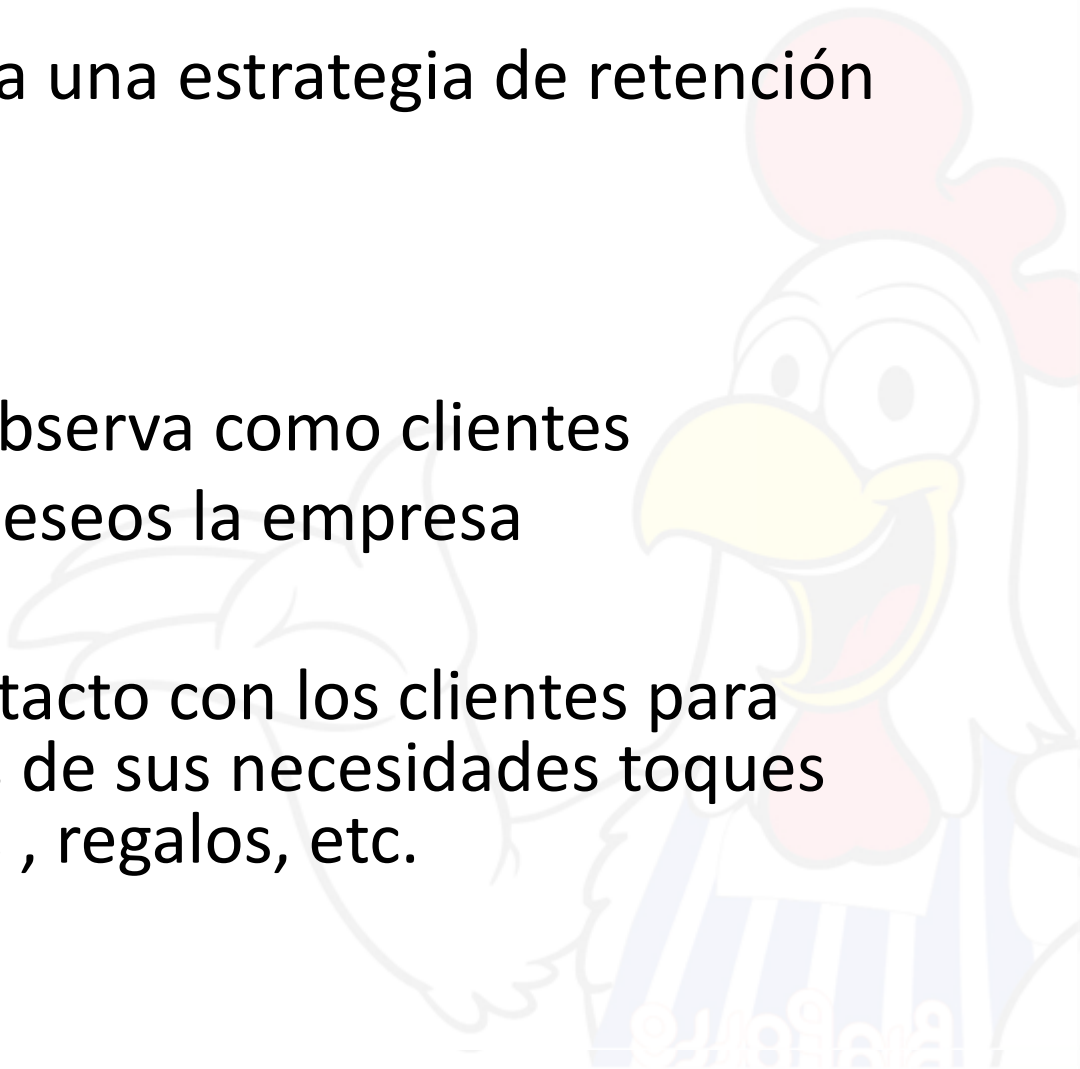
# Estrategias de Retención

BigPollo fusión plantea una estrategia de retención tal como:

## **Bonos sociales:**

A los usuarios se les observa como clientes cuyas necesidades y deseos la empresa procura comprender.

- Mantenerse en contacto con los clientes para evaluar los cambios de sus necesidades toques personales, tarjetas , regalos, etc.

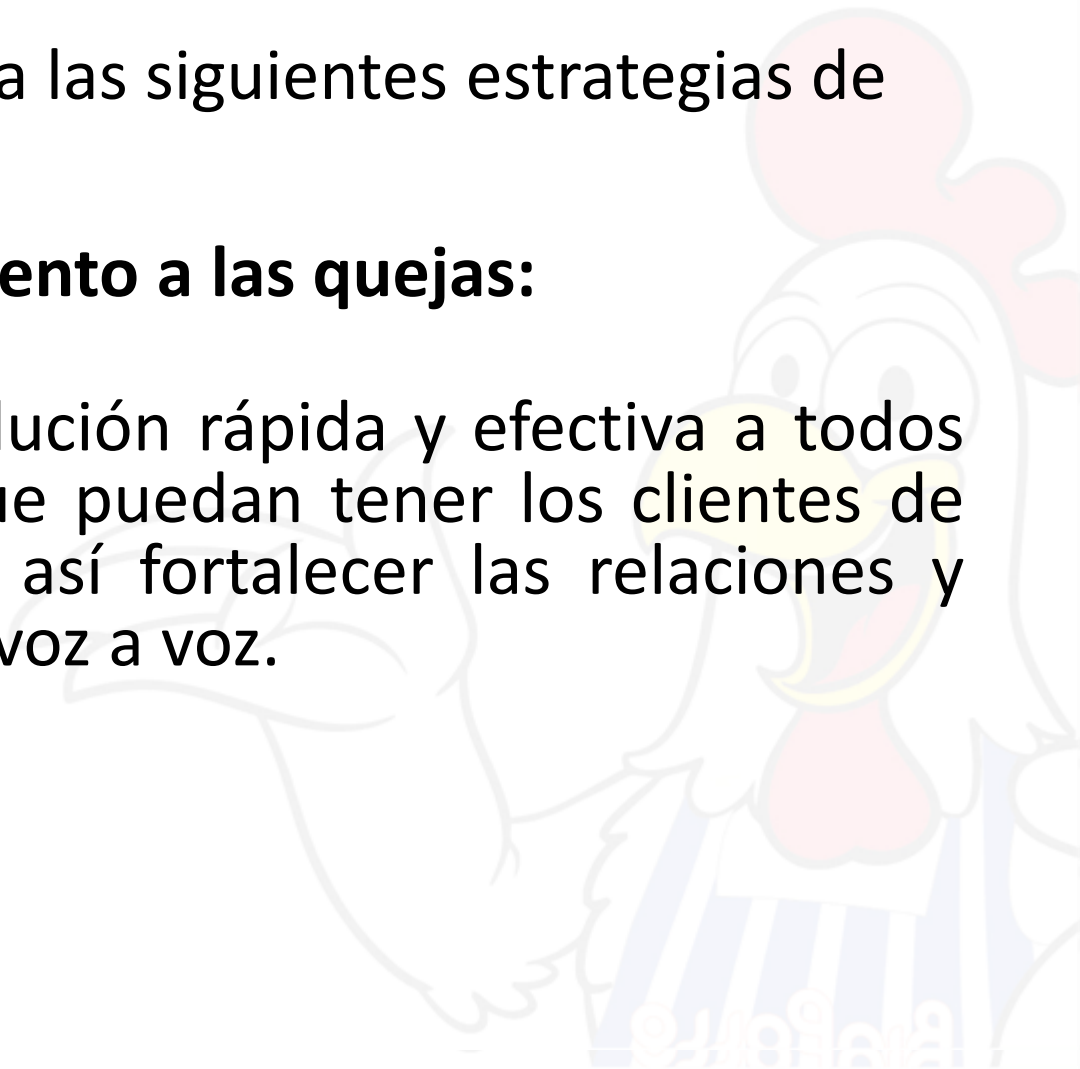


# Estrategias de Recuperación

BigPollo fusión plantea las siguientes estrategias de recuperación:

## **Alentar y dar seguimiento a las quejas:**

Es importante dar solución rápida y efectiva a todos los inconvenientes que puedan tener los clientes de BigPollo Fusión para así fortalecer las relaciones y generar un excelente voz a voz.



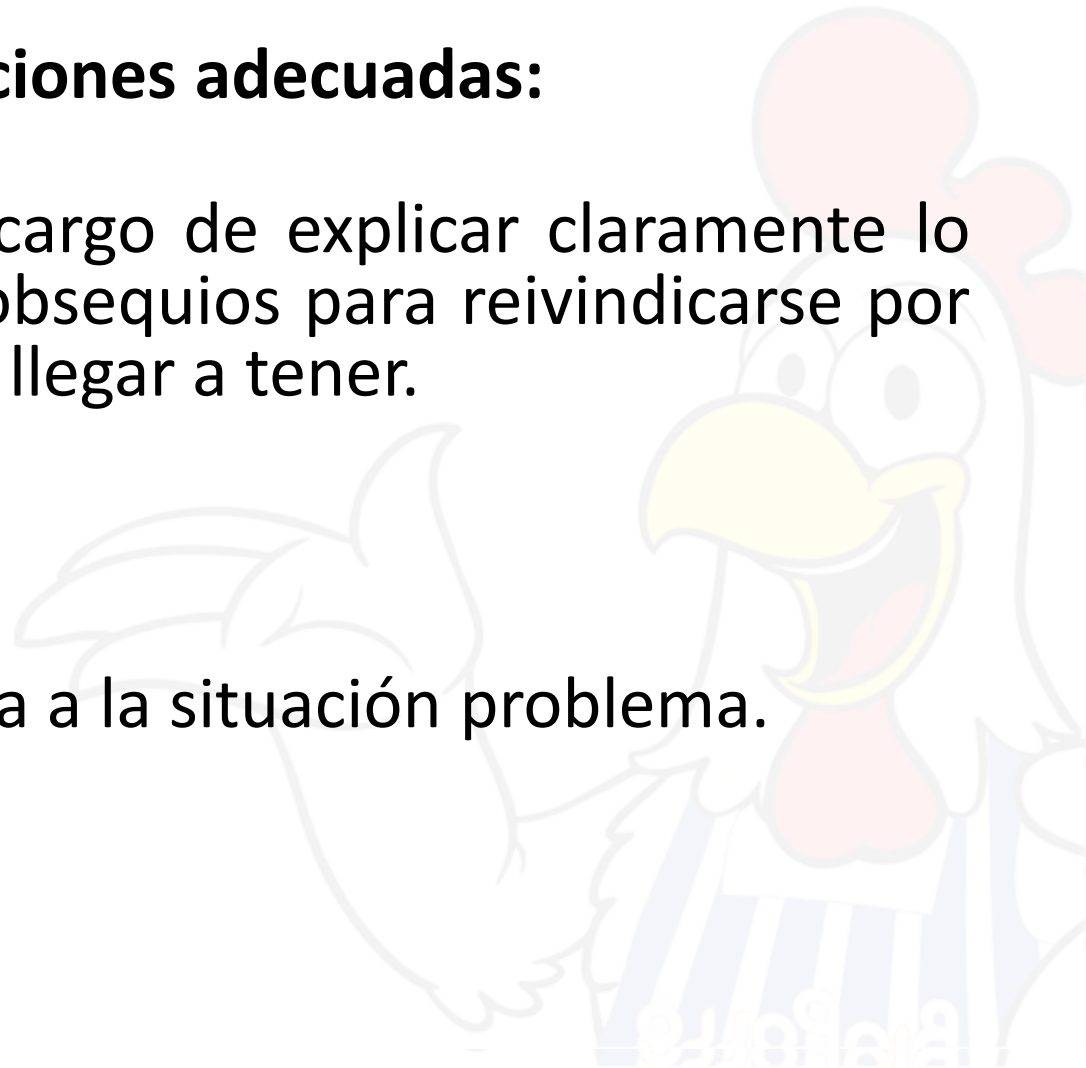
# Estrategias de Recuperación

## **Proporcionar explicaciones adecuadas:**

La empresa se hace cargo de explicar claramente lo acontecido y brinda obsequios para reivindicarse por el error que se pueda llegar a tener.

## **Actuar con rapidez:**

Se da solución efectiva a la situación problema.

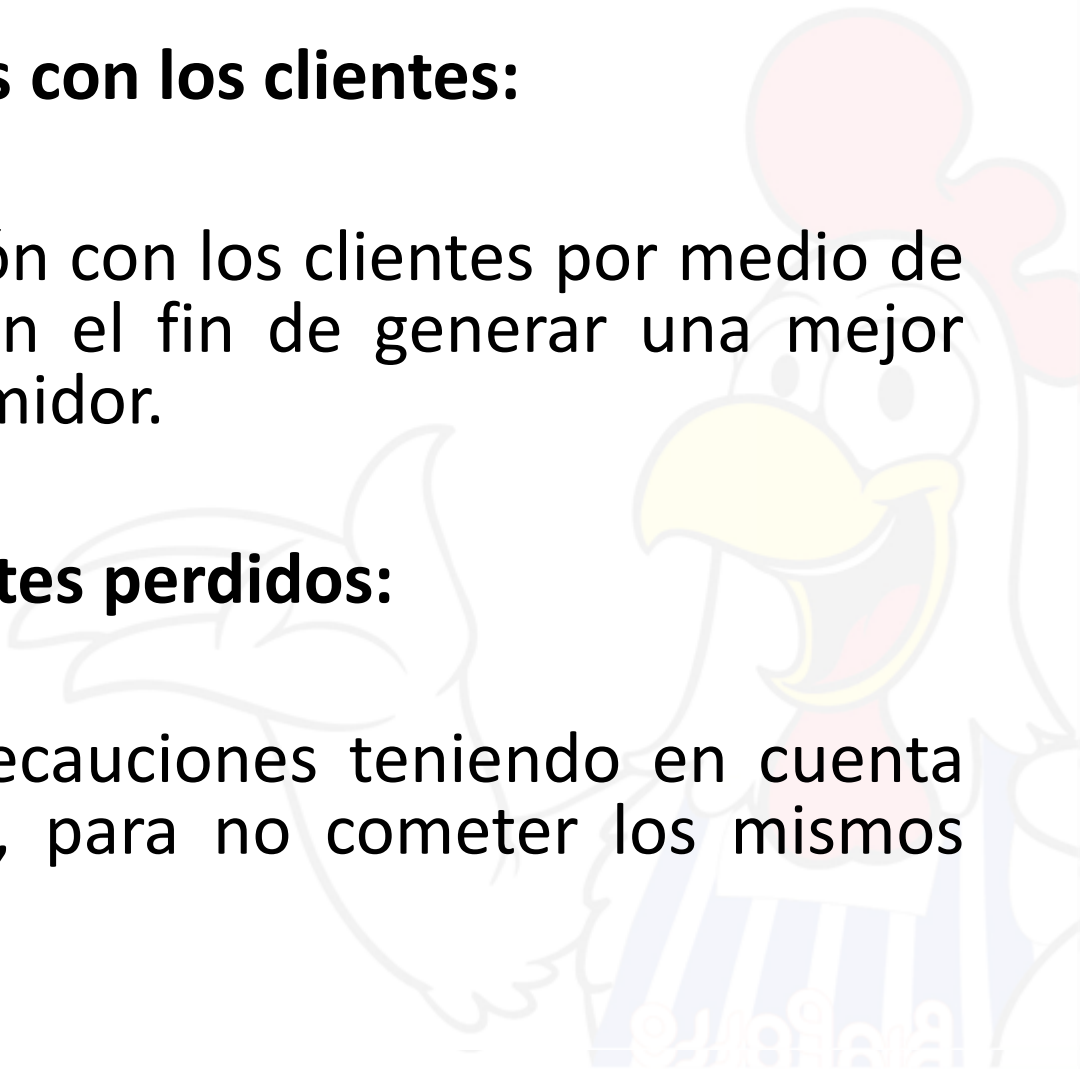


## **Cultivar las relaciones con los clientes:**

Continúa comunicación con los clientes por medio de diferentes canales con el fin de generar una mejor relación con el consumidor.

## **Aprender de los clientes perdidos:**

La empresa toma precauciones teniendo en cuenta experiencias pasadas, para no cometer los mismos errores.







# **BRECHA DEL DISEÑO Y LOS ESTÁNDARES DEL SERVICIO**

## \*Tipo de Nuevo Servicio



**NEGOCIO NUEVO O  
EMPRESA EMERGENTE**



Nuevo servicio para un  
mercado de productos  
existentes.

# **\*Planeación de la Fachada del servicio**

## **\*\*Desarrollo o Revisión de la Estrategia de Negocios**

### **Misión**

Ser un restaurante fusión que satisfaga a sus clientes con un sabor inigualable y natural, destacados por un excelente servicio y calidad que hagan la diferencia en el mercado, trabajando siempre con entrega, compromiso y amor.

### **Visión**

En dos años ser una empresa tipo franquicia reconocida a nivel nacional por su excelente servicio al cliente y calidad de sus productos.

### **Valores**

Honestidad, respeto, responsabilidad, lealtad, puntualidad y compromiso.

# \*Planeación de la Fachada del servicio

## \*\*Desarrollo de la estrategia para un nuevo servicio. Matriz.

	Servicios Actuales	Servicios Nuevos
Cientes Actuales	<p>CONSTRUCCIÓN DE PARTICIPACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"><li>*Desarrollar actividades publicitarias anclando el punto de venta y las redes sociales.</li><li>*Establecer el análisis de ventas para establecer los días y las horas con menos flujo de clientes para implementar descuentos.</li><li>*Ofrecer una degustación de los productos con menos rotación.</li><li>*Participar en eventos que contribuyan a la difusión del modelo de negocio de BigPollo Fusión.</li><li>*Aprovechar Fechas especiales.</li></ul>	<p>DESARROLLO DE MERCADO</p> <ul style="list-style-type: none"><li>*Investigar hábitos de consumo.</li><li>*Motivar la creatividad y la iniciativa de los colaboradores para fomentar el desarrollo de nuevos platos.</li><li>*Implementar alternativas que permitan al cliente distraerse mientras espera el plato. ( TV, música, juegos de mesa, dibujos para que los niños coloreen).</li><li>*Ofrecer productos de cortesía para picar.</li></ul>
Cientes Nuevos	<p>DESARROLLO DE SERVICIOS</p> <ul style="list-style-type: none"><li>*Potenciar la entrega de material publicitario que nos hagan dar a conocer.</li><li>*Establecer políticas y desarrollar negociaciones para ubicar franquicias en lugares estratégicos.</li><li>*Enfocarnos en el servicio para que los clientes actuales traigan potenciales a través del voz a a voz.</li></ul>	<p>DIVERSIFICACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"><li>*Tener un propio criadero de pollos para autoabastecer el negocio.</li><li>*Incursionar en el espacio de bar-restaurant, con productos como las alas y crispetas de pollo para picar.</li><li>*Ofrecer la preparación de otras carnes Fusión aparte del pollo.</li></ul>

# \*Planeación de la Fachada del servicio

## \*\*Desarrollo y evaluación del servicio

### Concepto de negocio

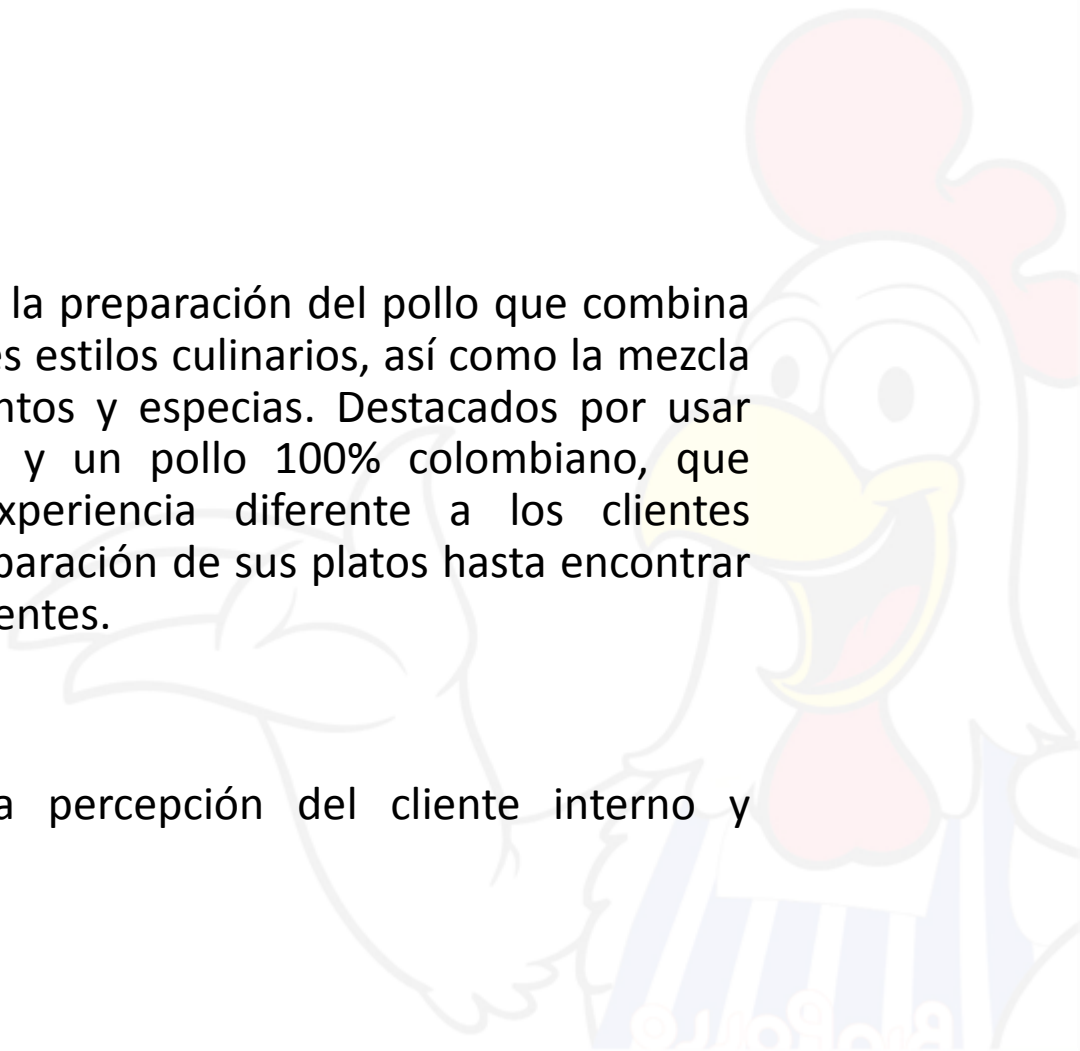
Pollo Fusión.

### Descripción

Restaurante experto en la preparación del pollo que combina en sus recetas diferentes estilos culinarios, así como la mezcla de diferentes condimentos y especias. Destacados por usar ingredientes naturales, y un pollo 100% colombiano, que busca ofrecer una experiencia diferente a los clientes expresada desde la preparación de sus platos hasta encontrar la satisfacción de sus clientes.

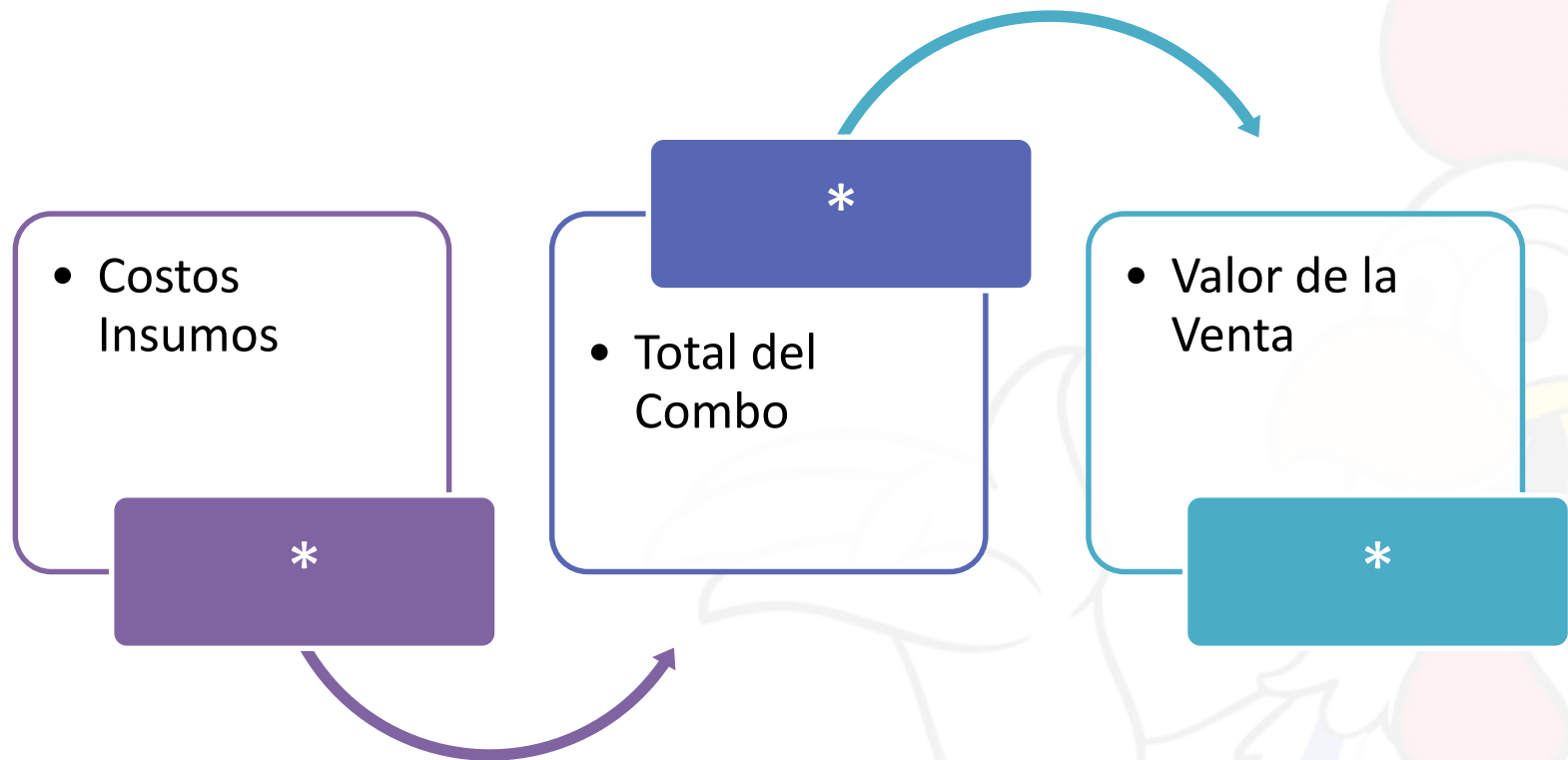
### Evaluación

Testear y comparar la percepción del cliente interno y externo.



# \*Planeación de la Fachada del servicio

## \*\*Desarrollo y evaluación del servicio > Análisis de Costos



# \*Implantación

## \*\*Desarrollo y Prueba de Servicios

### Pruebas de Mercado

Dar degustaciones de nuevos platos a familiares y colaboradores.

Experimentar con la variación de precios y promociones por día.

Preguntar y registrar las opiniones de familiares y amigos acerca de su experiencia en el restaurante.

## \*\*Comercialización

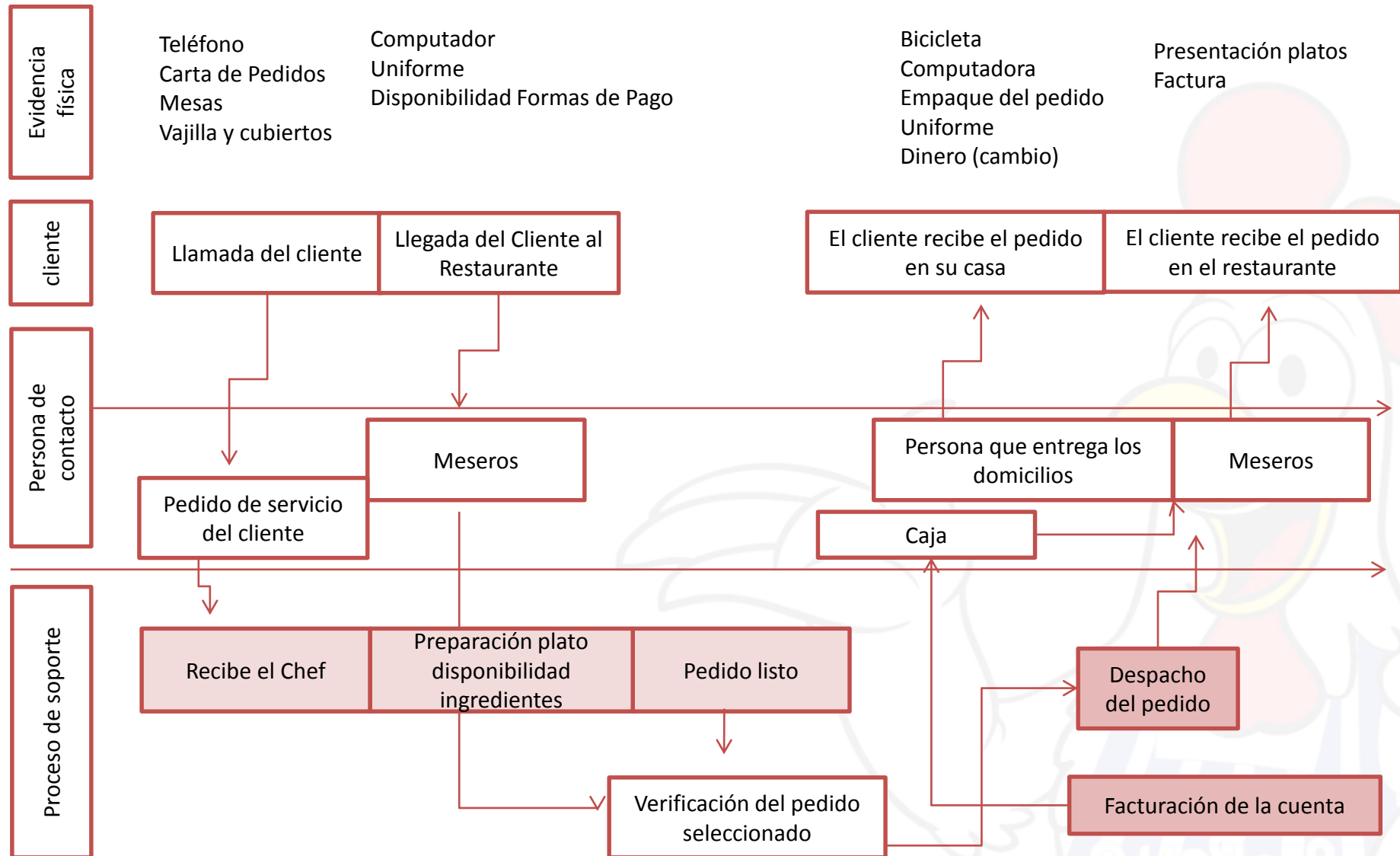
Crear lazos y capacitar a los colaboradores para que tengan sentido de pertenencia y la trasmitan a los clientes.

Realizar testeos y acompañamientos cuando se de el servicio.

Realizar los cambios pertinentes que se registren en los testeos.

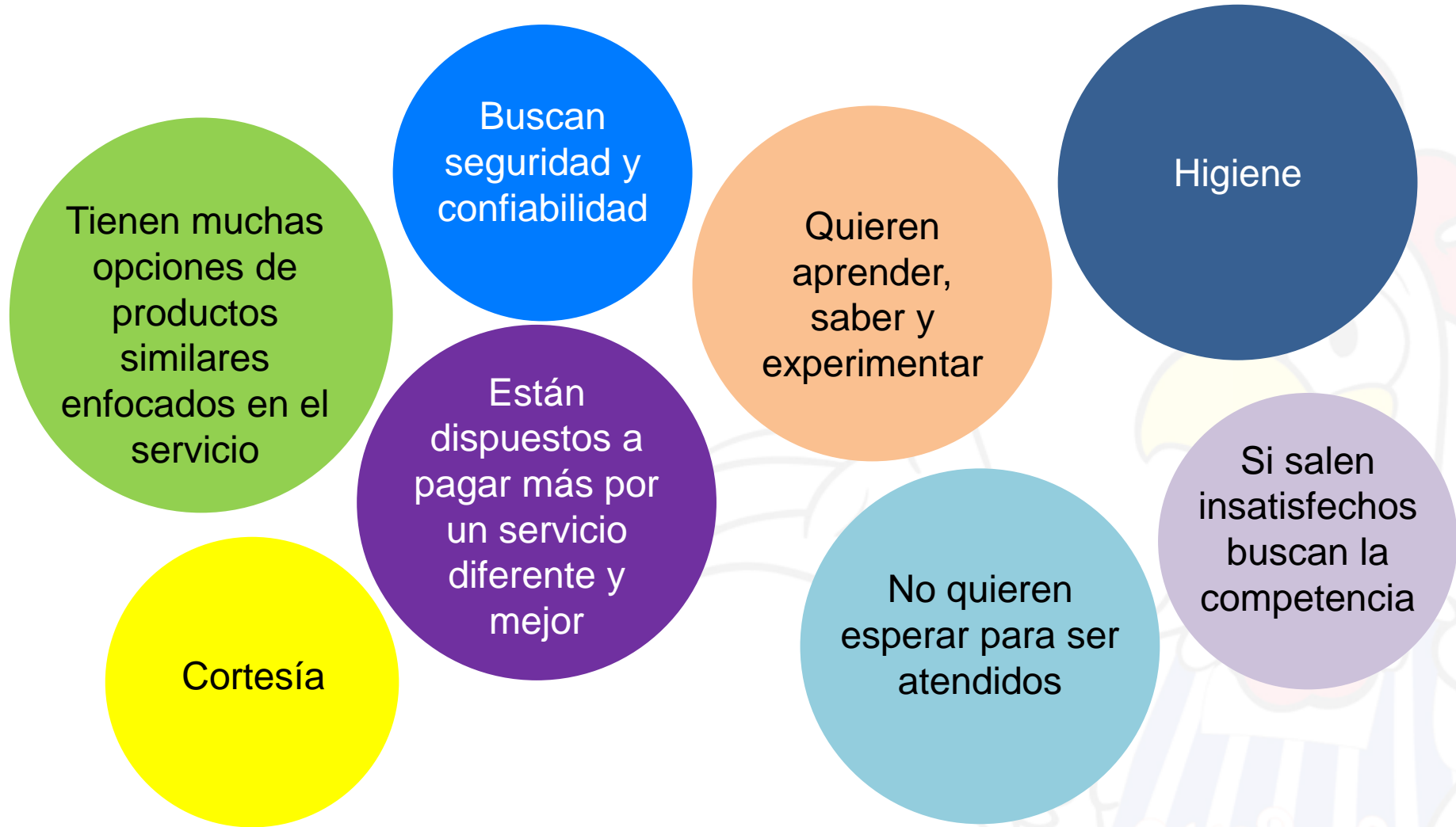


# \*Planos del Servicio

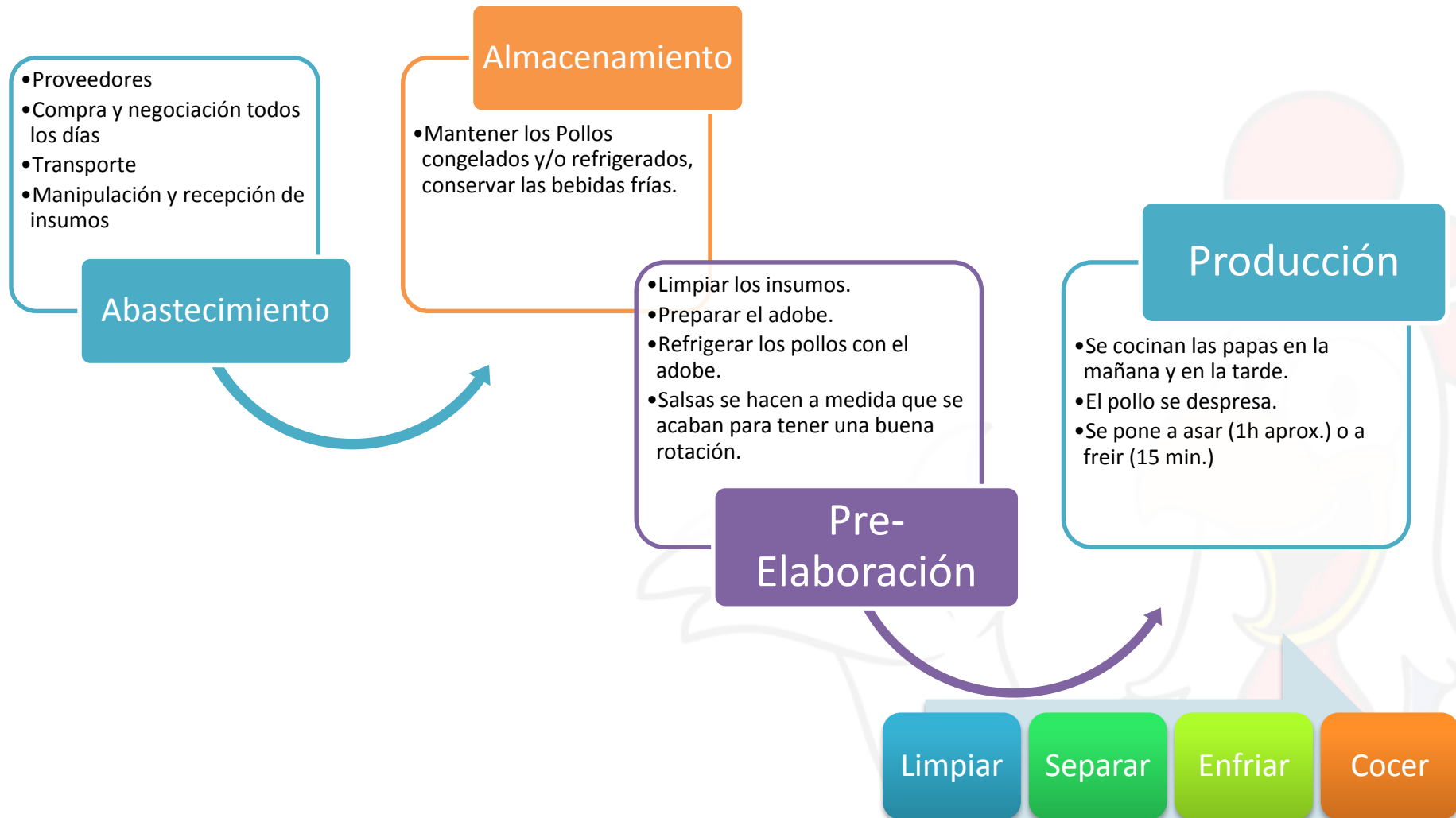


# \*Estándares de servicio definidos por el cliente

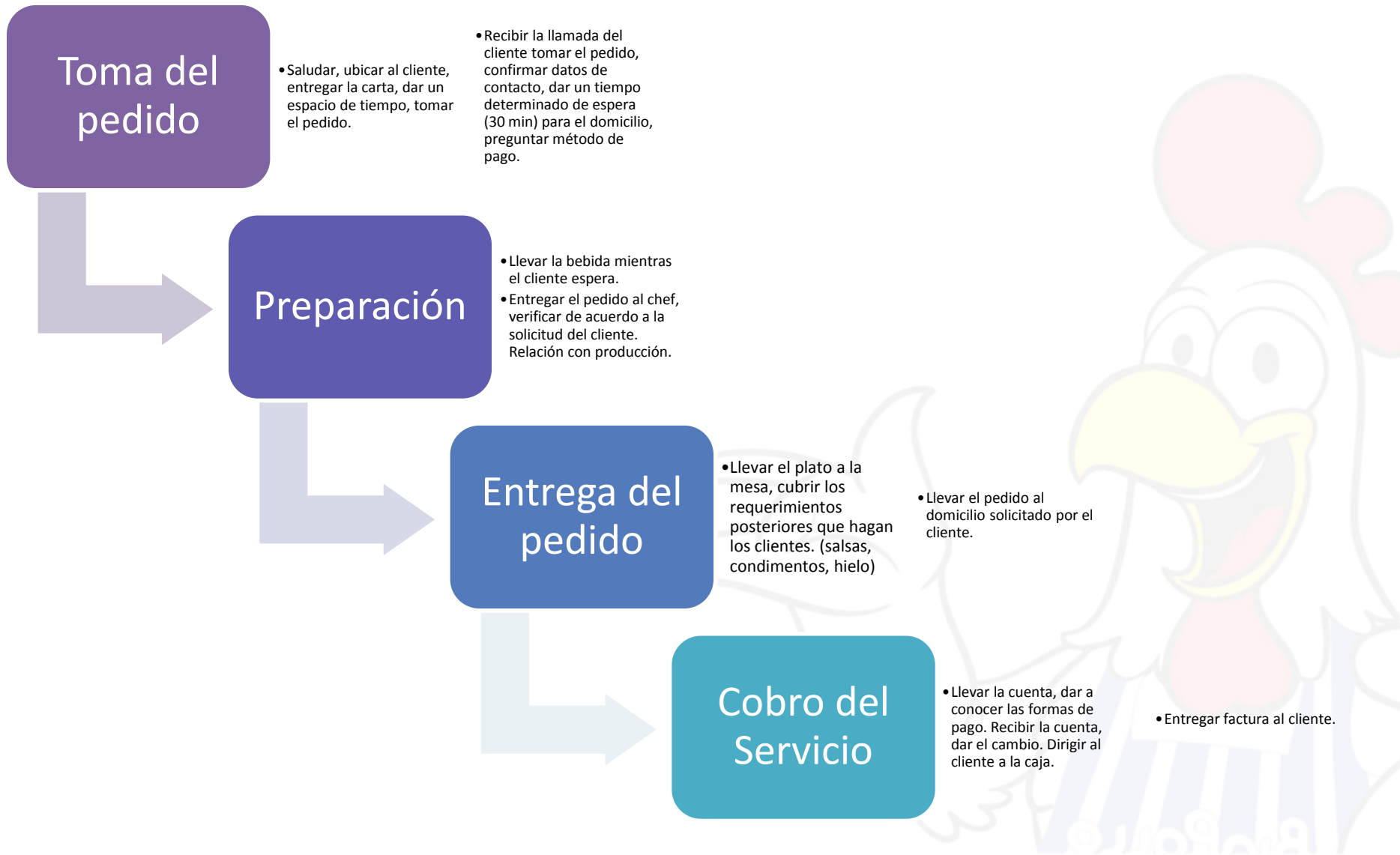
## \*\*Expectativas del cliente



# \*Factores necesarios para estándares apropiados de servicio

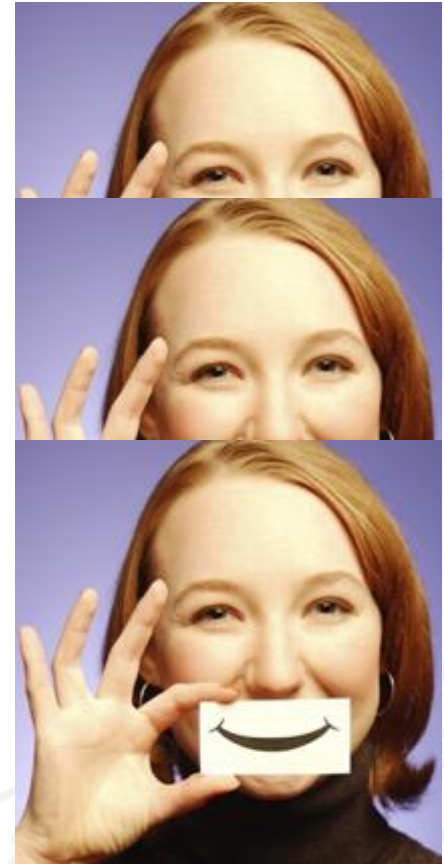


# \*Factores necesarios para estándares apropiados de servicio



## \*Factores necesarios para estándares apropiados de servicio

- +Capacitación colaboradores acerca de BigPollo Fusión.
- +Todos los clientes merecen una atención preferencial.
- +Siempre se debe tratar al cliente con amabilidad tratando de enfrentar positivamente su estado de ánimo.
- +Siempre emplear un tono de voz amable y cálido.
- +Nunca hacer críticas o comentarios negativos acerca de la empresa.
- +El personal deberá esforzarse por conocer a sus clientes habituales, nombre y preferencias, para tratar de personar la atención.
- +Tratar siempre de superar las expectativas del cliente y los colaboradores en general.
- +Siempre tratar con tolerancia y respeto a nuestros compañeros.
- +Las llamadas deben ser contestadas al segundo timbre.
- +Si al estar hablando por teléfono se presenta un cliente, se debe establecer contacto visual para que este sepa que se ha notado su presencia.
- +Tratar de mencionar siempre el nombre de BigPollo Fusión.



# **\*Factores necesarios para estándares apropiados de servicio**

## **\*\*Objetivos y metas formales del servicio**

- +Fidelizar a nuestros clientes.
- +Mejorar las ventas.
- +Detectar las falencias en nuestro servicio.
- +Resolver los problemas.

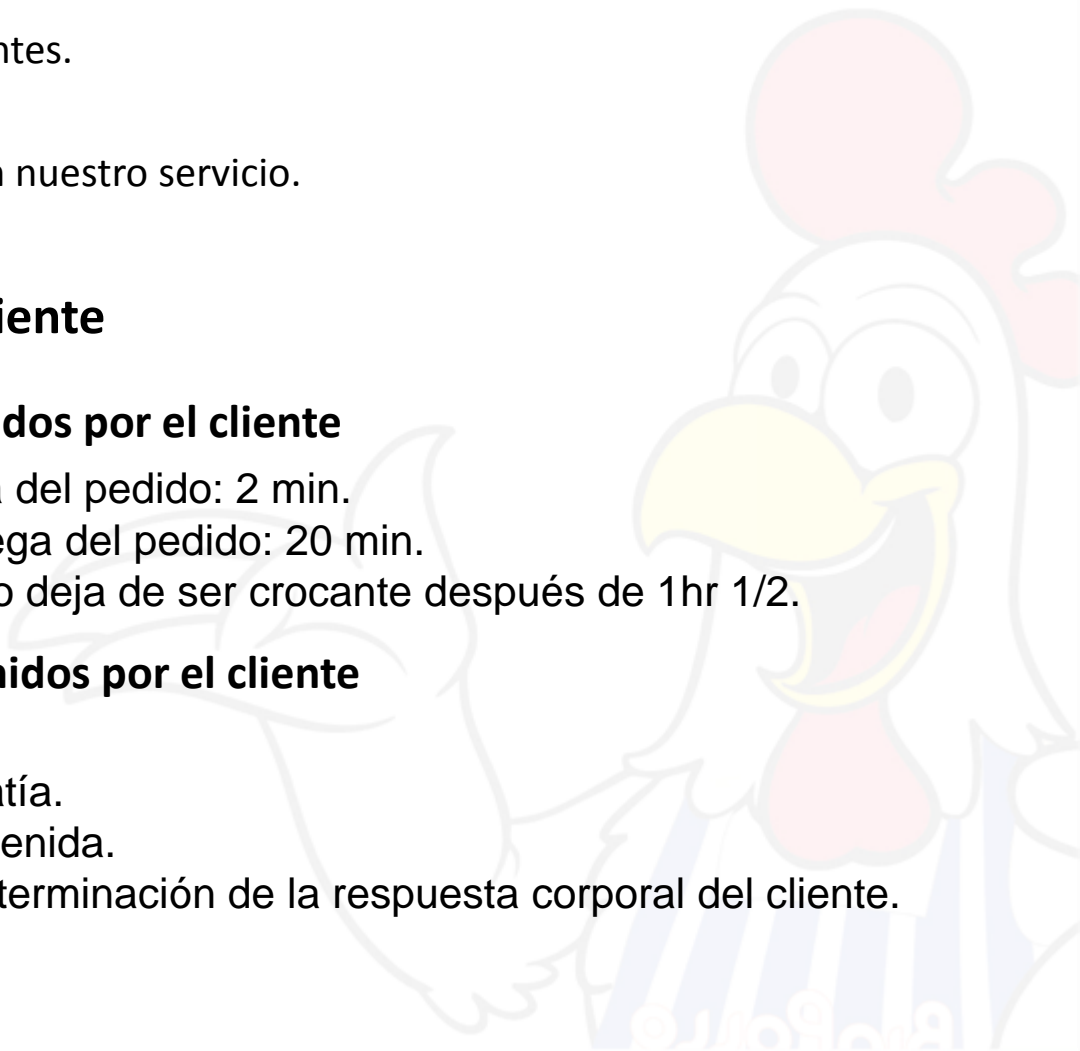
## **\*\*Estándares definidos por el cliente**

### **\*\*Estándares duros definidos por el cliente**

- +Tiempo de toma del pedido: 2 min.
- +Tiempo de entrega del pedido: 20 min.
- +El pollo apanado deja de ser crocante después de 1hr 1/2.

### **\*\*Estándares suaves definidos por el cliente**

- +Sonrisa.
- +Carisma y empatía.
- +Saludo de bienvenida.
- +Interacción y determinación de la respuesta corporal del cliente.



# **\*Evidencia física**

## **\*\*Elementos**

### **AMBIENTE DEL SERVICIO**

#### Exterior de la instalación

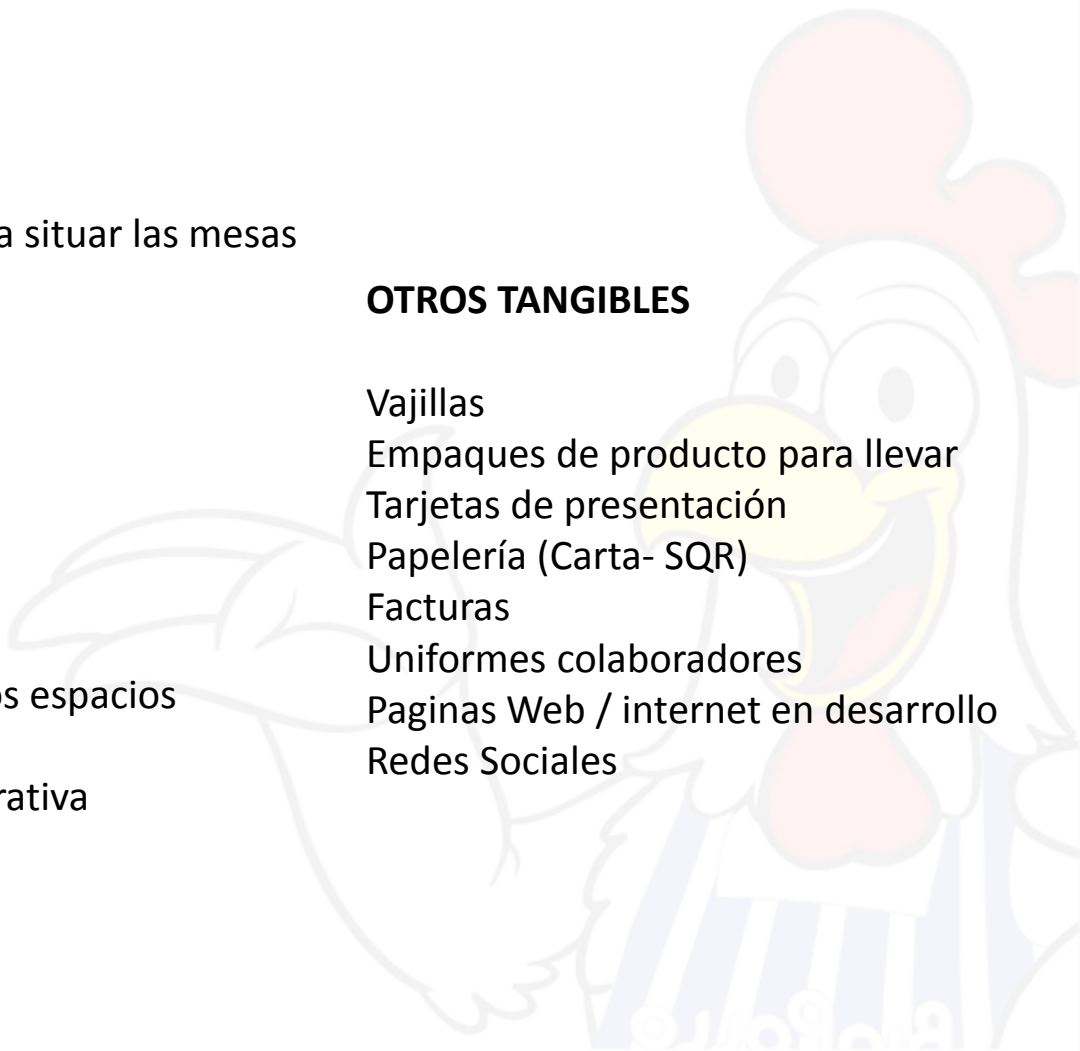
- Adecuación del terreno para situar las mesas
- Zona de parqueo
- Al pie de una vía principal
- Iluminación adecuada
- Mesas cómodas

#### Interior de la instalación

- Diseño innovador
- Espacio ventilado
- Distribución adecuada de los espacios
- Baños bien ubicados
- Manejo de identidad corporativa
- Muebles

### **OTROS TANGIBLES**

- Vajillas
- Empaques de producto para llevar
- Tarjetas de presentación
- Papelería (Carta- SQR)
- Facturas
- Uniformes colaboradores
- Paginas Web / internet en desarrollo
- Redes Sociales





# \*Tipos de ambiente de Servicios

## \*\*Ambiente de servicio Interpersonal



+El colaborador tiene que interactuar con el cliente, establecer una relación interpersonal que le permita ofrecer de una mejor manera el servicio para que el cliente al final esté satisfecho.

## \*\*Funciones Estratégicas del ambiente de Servicio



### \*\*Empaque

- +Uniformes.
- +Manejo de Identidad y colores corporativos.

# \*Papeles del ambiente de Servicio

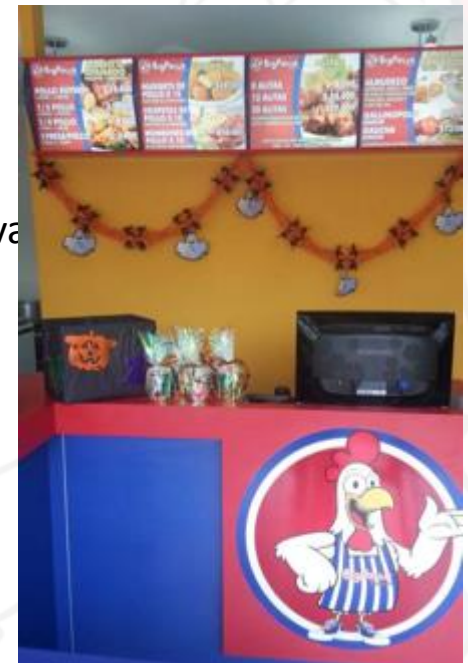
## \*\*Facilitador

- +Sillas, Comodidad
- +Espacio al Aire Libre.
- +Espacio reducido



## \*\*Diferenciador

- +Los colores y diseño del local como identidad corporativa hacen diferenciar el restaurante de la competencia.



# \*Comportamiento en el ambiente de Servicio

## \*\*Comportamientos individuales

- +Acercamiento.
- +Satisfacción del cliente al recibir un servicio adecuado.
- +Eficacia de los colaboradores.

## \*\*Interacciones Sociales

- +El colaborador debe mantenerse a una distancia prudente del cliente.
- +Si no hay mesas disponibles, se ubican a los clientes en otro espacio, con la misma atención.





## \*Respuestas internas al ambiente de Servicio

### **++Ambiente y conocimiento:**

El diseño del local está pensado para que se diferencie de la competencia, muebles diferentes y colores que no son tan usuales en restaurantes para que sea llamativo para nuestro segmento.

### **++Ambiente y emoción:**

Alegria, calor humano.

### **++Ambiente y fisiología:**

El espacio es reducido, sin embargo está bien distribuido y es bastante acogedor, puede ser un inconveniente el tránsito de los carros por estar situado al lado de una vía que se está convirtiendo en principal y esto puede afectar el desempeño de los colaboradores. Por lo demás, es un lugar ventilado.



# **\*Dimensiones ambientales del ambiente de Servicio**

## **\*\*Condiciones ambientales**

+Espacio ventilado con buena iluminación, televisión y agradable olor a pollo asado, los colores son atractivos, no es un espacio saturado.

## **\*\*Distribución Ambiental y funcionalidad**

+El asador está a la vista del cliente, esto podría ser importante puesto que muchos clientes prefieren ver como es la preparación del plato que van a consumir. Hay vitrinas donde exhibimos también parte de nuestros platos. Y los espacios para dirigirse a la caja e ir al baño están despejados.



# \*Dimensiones ambientales del ambiente de Servicio

## \*\*Señalización, símbolos y artefactos

+BigPollo dispone de dos fachadas, puesto que queda en una esquina, así que el nombre de nuestro restaurante se puede divisar desde dos ángulos, también cuenta con información en una pequeña valla ubicada en esa zona comercial, contamos con el pollo (personaje) que nos distingue como marca, en el restaurante avisos luminosos con el menú y señalización en general como los baños.



## \*Enfoques para entender los efectos del ambiente del servicio

+Observar para irnos adaptando a los requerimientos de servicio de nuestros clientes.

+Realizar encuestas acerca de nuestro ambiente de servicio.







# BRECHA DEL DESEMPEÑO DEL SERVICIO





## **Entrega del servicio**



## **Diseños y estándares de servicio motivados por el cliente**

Aunque existan lineamientos para desempeñar bien los servicios y darle a los clientes un excelente trato, el servicio de calidad no es una certeza, ya que estos estándares deben ser respaldados con los recursos apropiados (personas, sistema y tecnología) , es por esto que en BigPollo Fusión, se trabaja Intensamente en los estándares orientados al servicio al cliente, atendiendo los requerimientos del consumidor y estableciendo unas metas para mejorar la calidad en el servicio. De igual manera el equipo humano con que cuenta la empresa es de gran importancia al cual se le brinda un lugar importante dentro de la empresa y para el cual se trabaja con el animo de satisfacer sus necesidades.

# Contratar a las personas correctas

- **Ser el patrón preferido:** Al personal que labora en BigPollo Fusión, se le brinda toda la confianza y libertad de ejecutar sus labores de acuerdo a sus conocimientos y experiencia, esperando siempre los mejores resultados. Se le escucha y se le hace sentir que sus ideas y aportes son valiosos e importantes para el desarrollo y crecimiento de la empresa.
- **Contratar de acuerdo con las competencias y la inclinación por el servicio:** Aunque en la actualidad quienes atienden de manera directa a los clientes son sus propietarios, se tuvo muy en cuenta la formación del personal que labora en el proceso productivo (cocina), mas que todo los años de experiencia desempeñando estas labores y en cuanto al personal encargados del domicilio se evaluó su carisma, disposición y responsabilidad.
- **Competir por las mejores personas:** La selección del equipo de trabajo se hizo con el mayor nivel de detalle y debido a que es una empresa recién creada y que se encuentra en crecimiento, el numero de empleados contratado es muy reducido y a la fecha es muy prematuro emitir un juicio positivo o negativo.

# Desarrollar a las personas para que brinden calidad en el servicio

- **Promover el trabajo en equipo:** Existen reglas de comportamiento establecidas por el equipo de trabajo, las cuales se encuentran publicadas al interior del restaurante y están a la vista de los empleados y con ellas se pretende generar unas normas mínimas de convivencia como son el respeto, la solidaridad, el compañerismo, etc.
- **Delegar autoridad en los empleados:** Por ser una empresa que esta surgiendo y todo su personal es nuevo, aun no se implementa la delegación de autoridad.
- **Entrenar las habilidades técnicas e interactivas:** BigPollo Fusión en esta etapa inicial es atendido por sus propietarios, quienes tienen claro el concepto de lo que quieren transmitir al cliente, como es atención inmediata, comodidad en sus instalaciones, ambiente agradable y un producto de la mejor calidad, preparado en los términos de la inmediatez para ser consumido por el cliente y esto es lo que a su vez transmiten de forma directa a sus empleados para que conozcan claramente cual es al filosofía del negocio.

# Proporcionar los sistemas de apoyo necesarios

- **Desarrollar procesos internos orientados al servicio:** Se implementa y estandarizan los protocolos de servicio al cliente y se socializan con los empleados del restaurante.
- **Proporcionar la tecnología y el equipo de apoyo:** Aun no se han implementado medios tecnológicos, como por ejemplo software para el manejo de caja e inventarios, pero en cuanto a los equipos utilizados en el proceso productivo se tienen en su totalidad, facilitando las labores al personal de la cocina, lo que redundo en agilidad en la entrega del producto al cliente.
- **Medir la calidad en el servicio interno:** Constantemente se mide el desempeño de los empleados, en cuanto a agilidad, compromiso, sentido de pertenencia, responsabilidad, pero aun no existe ni un estándar y ni un periodo de evaluación definida.

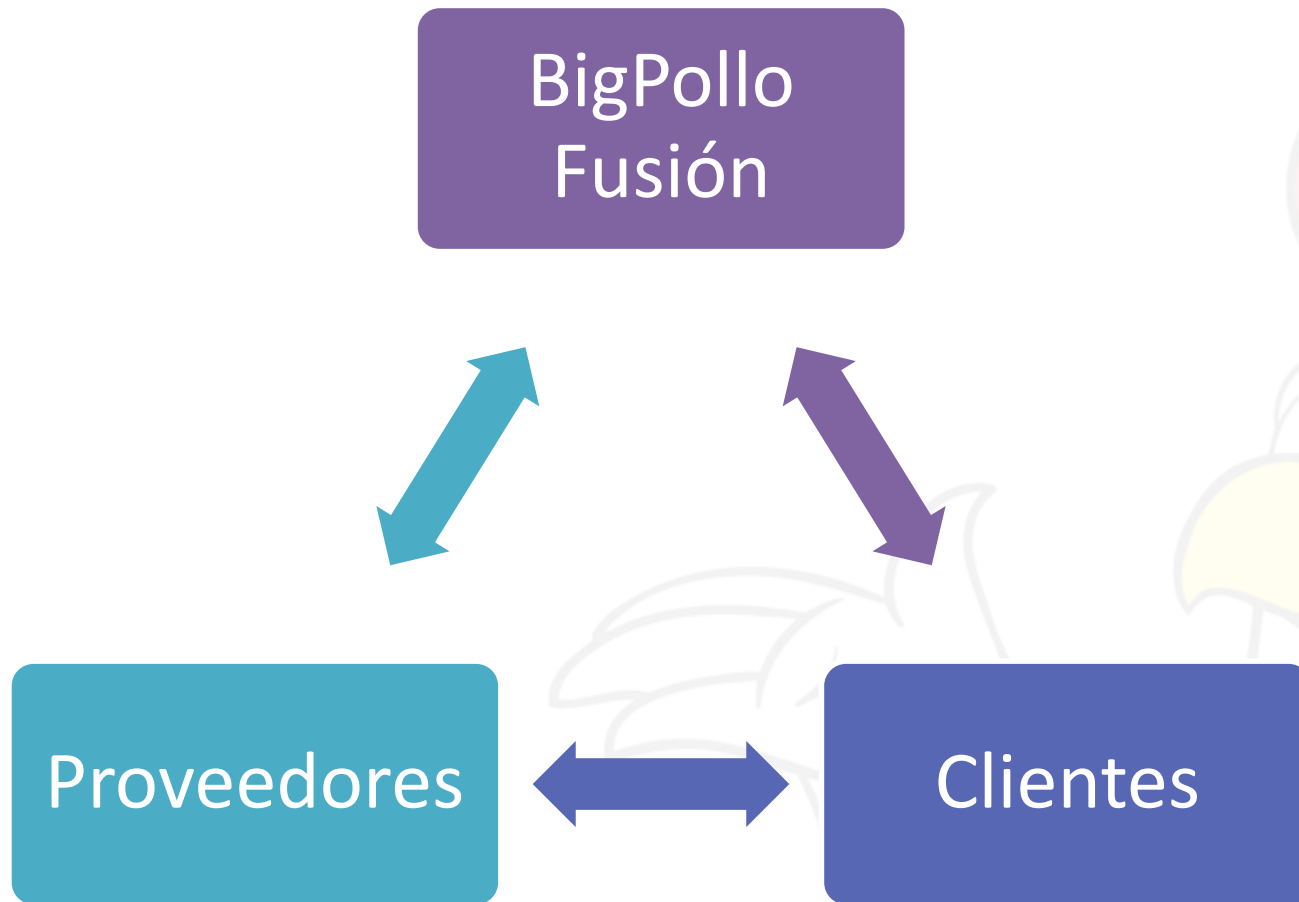
# Retener a las mejores personas

- **Medir y recompensar a los empleados que desempeñen mejor el servicio:** A futuro el restaurante quedara bajo la atención de los empleados y es por ello que constantemente se les recuerdan los protocolos de servicio al cliente, debido a que del personal actual se seleccionara al que cumpla con las características de servicio al cliente (Capacidad de reacción ante una queja o reclamo por parte de un cliente, tiempo de respuesta a una queja o reclamo, nivel de empatía generado con los clientes, carisma, etc.) para ser designado para la atención de clientes telefónicos y a su vez el manejo de la caja.
- **Tratar a los empleados como a los clientes:** En BigPollo Fusión el empleado es tratado con respeto tal como si fuera un cliente nuestro y a su vez se le brinda calidad humana y un excelente clima laboral, que permita al empleado sentirse a gusto con su trabajo.
- **Incluir a los empleados en la visión de la empresa:** Los empleados aun no han sido incluidos en la visión de la empresa.



# BRECHA DE LA COMUNICACIÓN

# Manejo de la comunicación





# Marketing externo

(Compañía – Cliente)



**Sabor Inigualable y Natural**

**DOMICILIOS:**  
483 7100  
483 7101  
310 830 8140

**POLLO ASADO  
POLLO APANADO  
ALITAS, ALMUERZOS  
HAMBURGUESAS  
Y MUCHO MÁS...**

**100% COLOMBIANO**

**f Bigpollofusion** **t BigPolloF**

BANNER UBICADO EN LA CALLE 16 CON CRA 56

## VOLANTE - TARJETA - IMÁN



**BigPollo Fusión**

**ALITAS WINGS**

8 ALITAS	\$8.000
12 ALITAS	\$12.000
20 ALITAS	\$20.000

**POLLO ENTERO**

4 PARES - 4 SERVIDOS	\$15.000
1/2 POLLO	\$8.000
1/4 POLLO	\$4.000
1 PRESA POLLO	\$2.000

**COMBOS**

NUGGETS DE POLLO X 10	\$10.000
CRISPETA DE POLLO X 10	\$10.000
BOMBONES DE POLLO X 10	\$10.000

**ALMUERZO**

ALMUERZO HAMBURGUESA	\$6.500
GALLINOPOLIS	\$12.000
GAUCHA	\$12.000

**100% COLOMBIANO**

**DOMICILIOS:** 483 7100 - 483 7101 - 310 830 8140  
CALLE 16 # 56 - 40 LOCAL 1

**f Bigpollofusion** **t BigPolloF**



**BigPollo Fusión**

**ASADO O APANADO**

POLLO ENTERO	\$15.000
1/2 POLLO	\$8.000
1/4 POLLO	\$4.000
1 PRESA POLLO	\$2.000

**ALITAS WINGS**

8 ALITAS	\$8.000
12 ALITAS	\$12.000
20 ALITAS	\$20.000

**COMBOS**

NUGGETS DE POLLO X 10	\$10.000
CRISPETA DE POLLO X 10	\$10.000
BOMBONES DE POLLO X 10	\$10.000

**ALMUERZOS - HAMBURGUESA**

ALMUERZO	\$6.500
GALLINOPOLIS	\$12.000
GAUCHA	\$12.000

**100% COLOMBIANO**

**DOMICILIOS:** 483 7100 - 483 7101 - 310 830 8140  
CALLE 16 # 56 - 40 LOCAL 1

**f Bigpollofusion** **t BigPolloF**



**BigPollo Fusión**

**Sabor Inigualable y Natural**

**POLLO ASADO, POLLO APANADO,  
ALITAS, ALMUERZOS,  
HAMBURGUESAS Y MUCHO MÁS...**

**DOMICILIOS:**  
483 7100 - 483 7101  
310 830 8140  
CALLE 16 # 56 - 40 LOCAL 1

**f Bigpollofusion** **t BigPolloF**



# Marketing externo

(Compañía – Cliente)



Banner de 2.40X2.70  
ubicado en una de las  
paredes de nuestro local  
con el objetivo de  
promocionar algunos de los  
productos que ofrecemos y  
nuestros números de  
contacto.

**BANNER UBICADO EN LA CALLE 16 CON CRA 56**



# Marketing externo

(Compañía – Cliente)

**Sabor Inigualable y Natural**

**DOMICILIOS:**  
**483 7100**  
**483 7101**  
**310 830 8140**

**POLLO ASADO**  
**POLLO APANADO**  
**ALITAS, ALMUERZOS**  
**HAMBURGUESAS**  
**Y MUCHO MÁS...**

**100% COLOMBIANO**

**f Bigpollofusion** **t BigPolloF**

BANNER UBICADO EN LA CALLE 16 CON CRA 56

## VOLANTE - TARJETA - IMÁN

**BigPollo Fusión**

**Sabor Inigualable y Natural**

**DOMICILIOS:** 483 7100 - 483 7101 - 310 830 8140  
 CALLE 16 # 56 - 40 LOCAL 1

**f Bigpollofusion** **t BigPolloF**

**BigPollo Fusión**

**ASADO O APANADO**  
 "BROAST" - "BROAST"  
 4 PARRIS - 4 BARRIS  
 1/2 POLLO  
 1/4 POLLO  
 1 PRESA POLLO  
 1 PRESA Y 1 BARRIS

**ALITAS WINGS**  
 8 ALITAS  
 12 ALITAS  
 20 ALITAS  
 ACOMPAÑADAS DE ZANAHORIA, APIO Y ADOBADO DE LA CASA

**COMBOS**  
 NUGGETS DE POLLO X 10  
 CRISPETA DE POLLO X 10  
 BOMBONES DE POLLO X 10  
 MAS PARA LA FRIGORIFERA

**ALMUERZOS - HAMBURGUESA**  
 "LUNCH" - HAMBURGER  
 ALMUERZO  
 GALLINOPOLIS  
 GAUCHA

**DOMICILIOS:** 483 7100 - 483 7101 - 310 830 8140  
 CALLE 16 # 56 - 40 LOCAL 1

**BigPollo Fusión**

**Sabor Inigualable y Natural**

**POLLO ASADO, POLLO APANADO,**  
**ALITAS, ALMUERZOS,**  
**HAMBURGUESAS Y MUCHO MÁS...**

**DOMICILIOS:**  
**4837100 - 4837101**  
**310 830 8140**  
 CALLE 16 # 56 - 40 LOCAL 1

**f Bigpollofusion** **t BigPolloF**



# Marketing externo

(Compañía – Cliente)

Realizamos distribución semanal de nuestros volantes, tarjetas e imanes, con toma de unidades residenciales por zonas aledañas a nuestro punto de venta con el objetivo de incentivar los domicilios y seguir dando a conocer nuestra marca; Adicionalmente a nuestros clientes nuevos al momento de llegar al punto de venta le hacemos entrega de nuestra publicidad.

## VOLANTE - TARJETA - IMÁN



# Marketing externo

(Compañía – Cliente)

Facebook Bigpollo Fusion - Cali - Re x

w.facebook.com/bigpollofusion

CREAR EMPRESA

facebook

Correo electrónico o teléfono

Contraseña

☒ No cerrar sesión [¿Olvidaste tu contraseña?](#) [Iniciar Sesión](#)

**Bigpollo Fusion está en Facebook.**

Para conectarte con Bigpollo Fusion, crea una cuenta en Facebook.

[Regístrate](#) [Iniciar Sesión](#)



**Bigpollo Fusion**

★★★★★

A 594 personas les gusta esta página · 37 personas están hablando sobre esto · 33 were here

(10-30) \$\$ · Restaurante de pollo · Servicio de comidas a domicilio

Calle 16 # 56 - 90 Local 1, Cali

4837100 - 4837101 - 3108308140

Hoy, 10:00 - 23:00

Información



Fotos

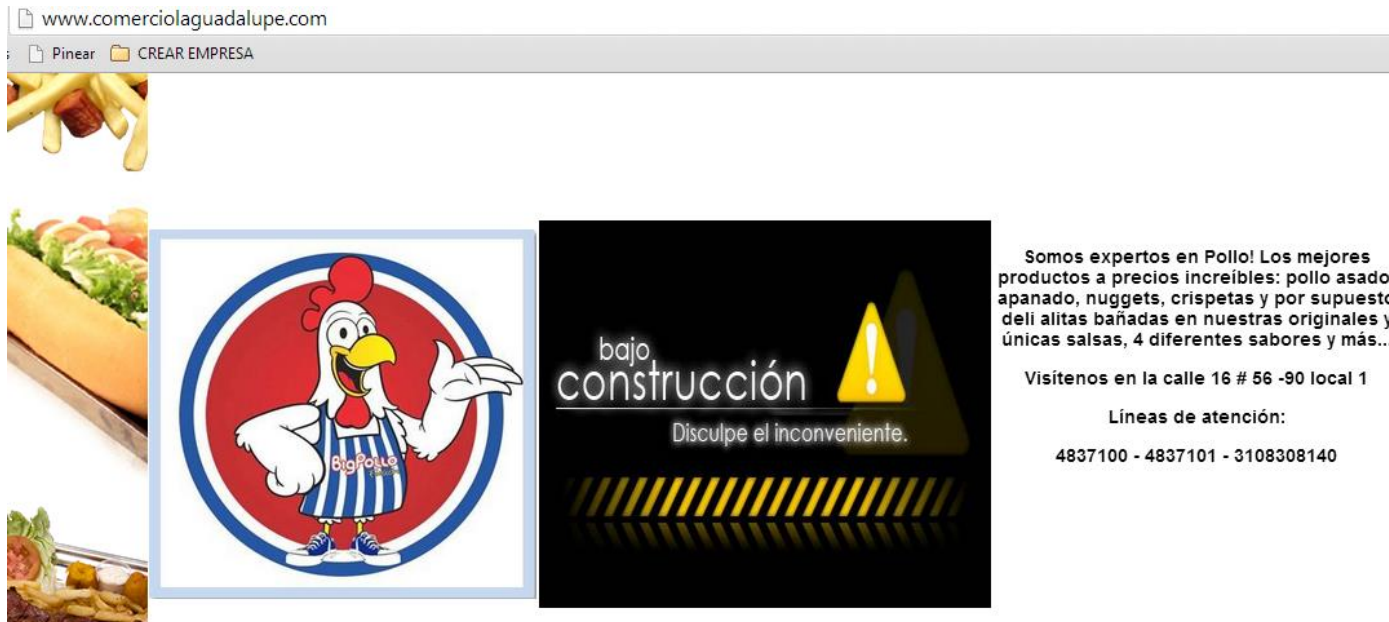
[Me gusta](#) 594

Promocionamos nuestros productos, actividades y visitas de clientes en la página de Facebook con el objetivo de tener un servicio integral donde nuestros clientes puedan expresarse y darnos a conocer sus expectativas.

[www.facebook.com/Bigpollofusion](http://www.facebook.com/Bigpollofusion)

# Marketing externo

(Compañía – Cliente)



[www.comercialaguadalupe.com](http://www.comercialaguadalupe.com)

Promocionamos  
nuestros  
productos, y  
datos  
principales con  
el objetivo de  
promocionarnos  
en diversos  
mercados  
teniendo  
segmentado el  
sector de la  
Guadalupe  
(zona sur de  
Cali)



# Marketing interno

(Compañía – Proveedores)

Hicimos un contrato de exclusividad con nuestro proveedor de pollo (Avidesa de Occidente “MacPollo”), siendo esto un beneficio mutuo pues nos apalancamos con una marca reconocida a nivel nacional para publicitar nuestro negocio.

También contamos con proveedores reconocidos como Coca-cola, Postobón y Bavaria, grupo de proveedores con quienes se hizo contrato en comodato para el uso de sus neveras y ofrecimiento de sus productos.



# Marketing interactivo

(Proveedores - Clientes)



Se hicieron pruebas de producto donde nuestro proveedor de pollo nos ofreció el servicio de CHEF en punto de venta para realizar degustaciones y tenemos para la fecha de inauguración entrega de producto gratis para darnos a conocer y esto desarrollado con una impulsadora de MacPollo (El producto gratis será por cuenta de MacPollo)





# Intangibilidad

## Opiniones sobre Bigpollo Fusion



¿Qué opinas de este lugar?

Público

Opinar

Todas

Amigos · Público · Recomendación oculta por un administrador



Janneth Montes

SI ES UN SABOR INIGUALABLE!!!!!! TIENEN TODA LA RAZON. MIL FELICITACIONES EL POLLO ESTA DELICIOSO.

Me gusta · Comentar · Hace aproximadamente 2 meses



A Yolanda Montes Guzman y 2 personas más les gusta esto.



Yolanda Montes Guzman Gracias por el apoyo y los buenos comentarios!!!

9 de septiembre a la(s) 22:25 · Me gusta

Escribe un comentario...



Diana Jaramillo Yepes

★★★★★ Sencillomente delicioso

Me gusta · Comentar · Hace aproximadamente 2 meses



A Martha Vidal y Asceneth Yepes les gusta esto.

Escribe un comentario...



Diego Lerma

Excelente Negocio

Me gusta · Hace aproximadamente 3 meses



A 2 personas les gusta esto.



Diana Martinez

★★★★★ Invitados todos !!!

Me gusta · Comentar · Hace aproximadamente 3 meses



Alex Cardenas

★★★★★ Quiero probar ese big pollo. Dell

Me gusta · Comentar · Hace aproximadamente 3 meses



Jhoan Sebastian Ramirez

★★★★★ Somos los mejores....

Me gusta · Hace 3 semanas aproximadamente

En BigPollo fusión nos enfocamos en los tangibles, en cada uno de los productos que ofrecemos y así los promocionamos a nuestros clientes; usamos la narrativa para demostrar la experiencia del servicio sobre todo en fechas especiales.



Bigpollo Fusion

Te gusta · 31 de octubre · Editado ·

una hermosa y feliz chiquita disfrazada pidiendo dulces  
— con Leida Asprilla en Bigpollo Fusion.



Etiquetar foto

Editar

Ya no me gusta · Comentar · Compartir · Editar



A Bigpollo Fusion y a 8 personas más les gusta esto.



Compartido una vez



Jesus Emir Mosquera LINDA MI REINA DISFRAZADITA

Me gusta · Responder · 5 de noviembre a la(s) 21:38

Bigpollo Fusion hermosa!!! gracias por

compartir con nosotros 😊

Me gusta · 5 de noviembre a la(s) 21:39

Escribir una respuesta...

Escribe un comentario...





# Intangibilidad

Aunque todavía no tenemos un sistema contable para el manejo de los pedidos hemos implementado un “sistema de papel” más conocido como “comanda” para entregarle al cliente el producto solicitado en el tiempo esperado sin inconvenientes.



COMA:

FECHA:

NOMBRE:

DIRECCION:

APTO:

CASA:

BARRIO:

TELEFONO:

DETALLE	CANTIDAD	OBSERVACIONES
POLLO ASADO		
POLLO APANADO		
ALMUERZO CON FRIOL		
ALMUERZO CON PURE		
BANDEJA CON FRIOL		
BANDEJA CON PURE		
ALITAS X OCHO (8)		
ALITAS X DOCE (12)		
ALITAS X VEINTE (20)		
BOMBONES X DIES (10)		
COMBO NUGGETH (10) + FRANCESAS		
COMBO CRISPETAS		
HAMBURGUESA GALUCHA		
HAMBURGUES GALLINO POLIS		
ACOMPAÑANTES		
CONSOME		
PORCION DE ARROZ		
PORCION DE FRIOL		
PORCION PAPA COCIDA		
PORCION PAPA FRANCESA		
PORCION YUCA		
PORCION AREPAS		
PORCION ENSALADA		
PORCION APIO-ZANAHORIA		
PORCION SALSA		
ADICION DE QUESO MOZARELA		
ADICION DE QUESO SHEDAR		
MADURO CON QUESO		
MADURO SIN QUESO		

# Manejo de las promesas de servicio



Sabor inigualable  
y natural

**POLLO ASADO:** Una inigualable fusión de pollo adobado con especias naturales, deliciosamente asado hasta ser dorado.

**POLLO APANADO:** Una inigualable fusión de pollo adobado con especias naturales y apanado, llevado a la freidora hasta llegar a su punto crujiente.

# Manejo de las expectativas del cliente

Nuestra promesa es realista porque es fiel muestra de los insumos y el amor con el que trabajamos cada uno de nuestros productos; al tener diversos productos por ofrecer demostramos nuestra versatilidad y capacidad de dar al cliente diferentes alternativas para alimentarse con un producto delicioso de *sabor inigualable y natural*.



# Manejo de las instrucciones de los clientes

Dependiendo del producto que se le está ofreciendo al cliente, tenemos algunos que son de entrega inmediata y ésta entrega también depende del horario en el que el cliente nos esté visitando, por ésta razón, preparamos a los clientes para el proceso del servicio.

Por ejemplo: con nuestras deliAlitas que tienen un tiempo de preparación de aproximadamente 20 minutos servido a la mesa, se le informa al cliente para evitar inconvenientes o contratiempos.

Una vez se ha servido el producto se le confirma al cliente si tiene su pedido completo y al finalizar si estuvo todo en orden y de acuerdo a lo que esperaba del producto consumido, adicionalmente pedimos que nos den sugerencias para mejorar y seguir creciendo como empresa.



# Manejo de la comunicación interna de marketing



En nuestra empresa hemos tratado de establecer lazos de confianza donde nuestros empleados se sientan en la libertad de expresar sus ideas o inquietudes, tenemos un servicio para los empleados de descuento por nómina de los productos que consuman con un precio preferencial y se busca siempre trabajar en equipo; entre todos se hace de todo en la empresa (Cada uno de los trabajadores tiene funciones definidas pero están en la capacidad de hacer cualquier labor dentro de la empresa).

# Anexo3

Imágenes carta menú BigPollo Fusión LADO A



## COMBOS PARA GRUPOS

Una fabulosa mezcla de nuestros productos sazonados siempre con el amor que nos caracteriza.

### DETOD0 UN POQUITO

Crispetas x10, nuggets x10, alitas x8 Bañadas en cualquiera de nuestras DeliSalsas, dos porciones de papa a la francesa, con nuestro DeliSalsa de la casa y zanahoria crujiente más jugoso apio con aderezo de la casa a base de queso y todo esto con una gaseosa 1.5 Lt la que escojas.

**\$28.000**

### ALAS Y MÁS ALAS

40 alas para que pruebes TODAS nuestras DeliSalsas. En órdenes de 10, acompañados de zanahoria y apio con aderezo de la casa a base de queso más una gaseosa de 2.5 Lt la que elijas.

**\$40.000**

### COMBO FUSIÓN

Trozos de castilla ahumada, bañada en nuestra deliciosa salsa BBQ acompañada de papas a la francesa más alitas x8 de pollo con zanahoria crujiente y jugoso apio más aderezo de la casa a base de queso y a todo esto no le puede faltar una rica gaseosa de 1.5 Lt tú eliges!

**\$19.000**

## ADICIONES

### QUESO CHEDDAR

Exquisita adición de queso cheddar para acompañar cualquiera de tus comidas.

**\$2.000**

### QUESO MOZARELLA

Deliciosa adición de queso mozzarella para acompañar cualquiera de tus comidas.

**\$2.000**

### TOCINETA

Porción adicional de tocineta delicadamente frita para acompañar cualquiera de tus comidas.

**\$2.000**

### EXTRA DELISALSA

Nuestras ya conocidas DeliSalsas (BBQ, MielMostaza, Picante, Thai, Salsa de la casa)

**\$1.000**

## ATENCIÓN...

**¡Come con la mano, no le de pena!**



## TENGA CUIDADO!!

No olvidar que cuando consumas licor no conduzcas te lo recomienda BigPollo Fusión.

### BEBIDAS

#### JUGOS NATURALES

Exquisitas frutas 100% Colombianas hechas jugo, puedes elegir la base entre agua o leche.

Agua.... **\$2.500** Leche.... **\$3.500**

### NUESTROS SABORES

- Mango
- Mara
- Lulo
- Maracuyá
- Fresa
- Guanábana
- Limonada
- Limonada de la casa (con un toque acerezado)
- Mandarina

#### GASEOSA

250ml....**\$1.500**  
350ml....**\$2.000**  
400ml....**\$2.000**  
600ml....**\$2.500**  
1.5Lt....**\$3.500**  
2.5Lt....**\$5.000**

#### CERVEZA

2.500 **MICHELADA**....**\$3.500**

#### AGUA EN BOTELLA: \$2.000

#### TÉ (FuzTea y MrTea) Limón/Durazno \$2.000

#### H2O Limón y Maracuya \$2.000

#### MALTEADA

Deliciosa helado pops de sabores: VAINILLA FRANCESA, MACADAMIA, CHOCOLATE, AREQUIPE,....

**\$5.900**

## POSTRES

Inigualable explosión de dulce sabor que deleitará tu paladar.

### POSTRE DE MILO

Una dulce tentación con galleta y milo que llenará de felicidad tu corazón.

**\$5.000**

### POSTRE DE MARACUYÁ

Exquisita mezcla de maracuyá y una suave tentación cremosa que le dará a tu paladar una experiencia sensorial.

**\$5.000**

### BROWNIE CON M&M Y HELADO

DelBrownie de chocolate con m&m y una bola de helado al mejor estilo BigPollo Fusión.

**\$5.000**

### DOMICILIOS:

**4837100 - 4837101**

**310 830 8140**

CALLE 16 # 56 - 40 LOCAL 1

Recibimos todas las tarjetas

VISA MasterCard

BigPolloFusion BigPolloF

**100% COLOMBIANO**

## MENÚ

Sabor Inigualable y Natural 100% Colombiano

# BigPollo Fusión

**POLLO ASADO, POLLO APANADO, ALITAS, ALMUERZOS, HAMBURGUESAS Y MUCHO MÁS...**



**100% COLOMBIANO**

Wi-Fi Zona disponible



# Anexo3

Imágenes carta menú BigPollo Fusión LADO B

## BIGPOLLO FUSIÓN



**POLLO ASADO**  
Una inigualable fusión de pollo adobado con especias naturales, deliciosamente asado hasta llegar a su punto dorado acompañado de 4 papas y 4 arepas.

**POLLO APANADO**  
Una inigualable fusión de pollo adobado con nuestras especias naturales, cubierto con un exquisito apanado que logra una crocancia perfecta, acompañado de 4 papas y 4 arepas.

1 Presa	1/4 de Pollo	1/2 Pollo	Pollo Entero
\$2.000	\$4.000	\$8.000	\$15.000



## TENGA CUIDADO!!

Nuestro sabor es tan delicioso que puede llegar a ser adictivo y querrás visitarnos siempre.

## COMBOS

## COMPLEMENTOS Y/O PORCIONES



Zona disponible

## ALITAS APANADAS

Delicias apanadas distribuidas en sus combos por medias puntas o bombones preparados con nuestras especias naturales para que le chupes los dedos y quieras comer más y más; todas vienen acompañadas de crujiente zanahoria y jugoso apio más aderezo de la casa a base de queso; Bañados en cualquiera de nuestras DeliSalsas\*.

Alitas x8	Alitas x12	Alitas x20
\$8.000	\$12.000	\$20.000.

\*DeliSalsas (BBQ, Picante, MielMostaza y Thai)

## COMBO CRISPETAS X10

250 gr de filete de pechuga cortados de forma desigual, bañados en nuestro adobo con especias naturales, finamente apanado para que al momento de disfrutarlo tenga su sabor único y natural, acompañado de una deliciosa porción de papas a la francesa de 160gr y la DeliSalsa de la casa.

\$10.000

## COMBO NUGGETS X10

Nuggets tradicionales deliciosamente fritos acompañados de una exquisita porción de papas a la francesa de 160gr y la DeliSalsa de la casa.

\$10.000

## COMBO BOMBONES DE POLLO X10

DelBombones de pollo adobados con nuestras especias naturales, apanados y llevados a la mesa con zanahoria crujiente y jugoso apio más aderezo de la casa a base de queso; Bañados en cualquiera de nuestras DeliSalsas\*.

\$10.000

\*DeliSalsas (BBQ, Picante, MielMostaza y Thai)

## PORCIÓN DE PAPA FRANCESA

Deliciosos 240gr de papas a la francesa crocantes y calientes por más tiempo, con garantía McCain y trabajada por agricultores 100% Colombianos acompañadas con nuestra DeliSalsa de la casa.

\$3.000

## PORCIÓN DE PURÉ DE PAPA

Elaborado a partir de papas seleccionadas transformadas en puré y deshidratadas para un sabor único con garantía McCain y trabajada por agricultores 100% Colombianos.

\$1.000

## CONSOMÉ

Delicioso consomé con ese sabor casero que tanto nos encanta sólo con vísceras finas (corazones y molleja seleccionados).

\$2.000 / \$2.500

## PORCIÓN DE ARROZ

Sabrosa porción de arroz BigPollo Fusión.

\$1.000

## PORCIÓN DE YUCA

Deliciosos croquetes de yuca elaborados a partir de puré de yuca preformados con garantía McCain, acompañados de nuestra DeliSalsa de la casa (5 unids).

\$3.000

## HAMBURGUESAS



## GALLINOPOLISBURGER

160gr de pechuga de pollo apanada, aderezo de la casa, tocino, queso mozzarella, tomate, lechuga, cebolla y queso cheddar, acompañada de papas a la francesa y nuestra DeliSalsa de la casa más una gaseosa 350ml.

\$12.000

## GAUCHABURGER

160gr de jugosa carne de res, aderezo de la casa, tocino, queso mozzarella, tomate, lechuga, cebolla y queso cheddar, acompañada de papas a la francesa y nuestra DeliSalsa de la casa más una gaseosa 350ml.

\$12.000

## ALMUERZO

Nuestra gran sazón hecha almuerzo, siempre con ingredientes naturales que hacen de todo lo que ofrecemos una gran experiencia.

Consomé, arroz, una presa de pollo asada o apanada, frijoles o puré, ensalada, maduro y jugo del día.

\$6.500

## OTRAS DELICIAS

## COSTILLITAS

Trazos de costilla ahumada, bañada en nuestra deliciosa salsa BBQ acompañada de papas a la francesa o zanahoria crujiente y jugoso apio más aderezo de la casa a base de queso.

\$12.000

## PORCIÓN DE PAPA COCIDA

Papa nevada, del tamaño perfecto para satisfacer el gusto de nuestros clientes, exquisitamente cocinada para que esté siempre en su punto acompañada de nuestra DeliSalsa de la casa (4 unids).

\$2.000

## MADURO

Fantástico maduro frito con queso mozzarella y jalea de guayaba que le da un toque inigualable.

\$3.500

## PORCIÓN DE AREPAS

Arepitas de maíz hechas perfectas para acompañar cualquiera de tus comidas preferidas (5 unids).

\$1.000

## PORCIÓN DE FRIJOLES

Nuestros muy DeliCaseros frijoles BigPollo Fusión con carita molida y un toque picante que los hace inigualables.

\$3.000

## PORCIÓN DE ENSALADA

Super ensalada de zanahoria y repollo fresco con un delicioso aderezo de la casa a base de cebolla y otros truquitos.

\$1.000

# Anexo4

## Aportes de Acta de reunión con consejo de administración y propietarios o representantes de los locales



### **ACTA No. 55 DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DEL CONJUNTO RESIDENCIAL APARTAMETNOS EL LIMONAR**

#### **REUNIÓN ORDINARIA**

En la Ciudad de Cali, siendo las 7:00 p.m. del día Lunes 16 de Septiembre de 2013, previa emisión del comunicado fechado el 11 de Septiembre de 2013 y suscrito por la Señora Clara Eugenia Bedoya López, Administradora del Conjunto, el cual fue entregado a cada uno de los Miembros del Consejo de Administración y Comité de Convivencia, quienes se reunieron válidamente en el kiosco del Conjunto, con el objeto de deliberar y tomar las decisiones de que cuenta esta Acta.

#### **ORDEN DEL DÍA**

1. Llamado a lista y verificación del quórum.
2. Lectura de la convocatoria y aprobación del Orden del día.
3. Análisis del flujo de efectivo por iliquidez
4. Temas a tratar con propietarios o representantes de los locales comerciales – Cita 08:00 P.M.
5. Propositiones y varios

#### **1. Llamado a lista y verificación del quórum.**

La Secretaria del Consejo de Administración llamó a lista e informó, que se encuentran presentes siete (7) Miembros principales: Juan David López Orozco, María Juliana Arias, Maryury Sinisterra Perlaza, Luis Bernardo Henao Campo, Offir Valencia Ramírez, Ingrid Paola Cortés Prado e Inés Gómez Bastidas, por lo tanto existe quórum suficiente para deliberar y tomar decisiones.

Representación de los Locales: Local 1: Diana Marcela Jaramillo Yepez, Julián Montes Guzmán, Yolanda Montes Guzmán y administrador inmobiliaria Sr. Antonio; Local 2: Jersson Villamarín; Local 8: Germán de Jesús Escobar y Local 9: Sandra Karolina Díaz.

...

...

**2. Coordinación pagos.** Acordar el plan de pago a proveedores, acorde con el flujo de efectivo, poniendo como meta los pagos de las obligaciones dentro de cada mes, disminuyendo así las cuentas por pagar.

#### **3. Cobro de cartera – Abogada Maryury Sinisterra.**

- Entregar las cuentas para cobro prejurídico.
- Entregar los compromisos de pago efectuados directamente a través de la administración a la abogada, con el fin de hacer los compromisos formales estableciendo nuevas condiciones de pago.

Se adjunta Flujo de efectivo, para que haga parte integral de esta acta.

#### **4. Temas a tratar con propietarios o representantes de los locales comerciales – Cita 08:00 P.M.**

Con el fin de atender algunas de las inquietudes de los propietarios y arrendatarios de los locales y requerimientos por parte de la copropiedad, con respecto a las obligaciones, derechos y deberes que se deben tener en cuenta acorde a la ley 675 de 2001 y que rige a la propiedad horizontal, se convocó a los propietarios o representantes de los locales:

Con base en lo anterior, se trató el punto relacionado con el aviso publicitario de los locales instalado en el área común del conjunto. Es de conocimiento de todos, que antes de hacer uso de las áreas comunes, se debe socializar cualquier proyecto al interior del Consejo de Administración, quienes proceden a estudiarlo de manera conjunta con la administración y los proponentes, y de ser necesario presentar los



# Anexo4

## Apartes de Acta de reunión con consejo de administración y propietarios o representantes de los locales

proyectos ante la Asamblea para su aprobación, debido a las implicaciones legales que esto conlleva.

La presidenta del Consejo de Administración, dio a conocer el decreto No.411.0.20.0858 de noviembre 23 de 2012, Por medio del cual se adoptan medidas para controlar la contaminación por elementos de publicidad exterior visual y otras disposiciones.

“Que el mencionado Acuerdo en armonía con la precitada Ley, prevé sanciones de multa y desmonte o modificación de la valla o elemento estructural por la inobservancia de la normatividad allí contenida....”

En consecuencia, se solicitó a la administración enviar un comunicado a todos los propietarios, arrendatarios y representantes de los locales, donde se solicite sea retirada la valla publicitaria hasta tanto obtengan los permisos requeridos, ya que el conjunto no está en condiciones de asumir demandas, sanciones o multas, por el incumplimiento de las normas establecidas por las entidades competentes, como el DAGMA y la Subdirección de Ordenamiento Urbanístico del Departamento Administrativo de Planeación Municipal. Debe adjuntarse el decreto en mención.

Loca 1 – Big Pollo. Además de las observaciones que se les había hecho en otras oportunidades, relacionadas con la apertura del ventanal que modifica la fachada, y aunque fue con consentimiento del propietario, se reiteró que toda reforma que se haga a la propiedad horizontal, debe ser consultada y aprobada por la o las entidades competentes: Consejo de administración, curaduría, o Asamblea de ser necesario.

Se solicitó a los encargados del local 1 que emitan un comunicado donde certifiquen que se hacen responsables de las adecuaciones locativas físicas ejecutadas al local y que asumen toda responsabilidad ante las autoridades competentes.

### 5. Propositiones y varios

...

